

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเชื่อมในปัจจุบันเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเชื่อมรัชชประภาที่ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นหนึ่งในเชื่อมขนาดใหญ่ที่มีความจุน้ำมากที่สุดของประเทศไทย ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 พระราชทานนามใหม่ว่า “เชื่อมรัชชประภา” ซึ่งหมายความถึงแสงสว่างแห่งรัชกาล เป็นเชื่อมเอนกประสงค์แห่งที่สองของภาคใต้ โดยสร้างกั้นลำน้ำคลองแสงที่บ้านเขี้ยวหลาน ตำบลเขาพัง อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี (<http://thai.tourismthailand.org>) ทะเลสาบที่เกิดขึ้นจากการสร้างเชื่อมรัชชประภาทำให้เกิดส่วนที่ไหลพันน้ำของเขาหินปูนเป็นเกาะเล็กใหญ่มากมาย พื้นที่สูงต่ำเป็นคลื่นไม่สม่ำเสมอทำให้เกิดบริเวณที่มีทิวทัศน์สวยงามมีความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติ อาทิ น้ำตก หน้าผา ถ้ำ และเทือกเขาหินปูนที่ตั้งตระหง่านเหนือผืนน้ำจนได้รับฉายาว่า “กุ้ยหลินเมืองไทย” โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดซึ่งมีนักท่องเที่ยวมากกว่า 250,000 คนต่อปี (สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2559) อีกทั้งความหลากหลายในรูปแบบของการท่องเที่ยวยังเป็นจุดดึงดูดและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยองค์ประกอบสำคัญที่เกิดขึ้นพร้อมกับการท่องเที่ยวคือการจับจ่ายใช้สอย (Goeldner et al., 2000) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายเงินส่วนใหญ่ไปกับการซื้อสินค้าที่ผลิตขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ เพราะเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละสถานที่มักจะถูกนำมาทำเป็นของที่ระลึก (Revilla and Godd, 2003) โดยของที่ระลึกจะผลิตขึ้นจากวัสดุ เอกลักษณ์ และช่างที่มีอยู่ในท้องถิ่น จึงทำให้เกิดประโยชน์ใช้สอย และรูปแบบแตกต่างกัน (Hume, 2009) เช่น เครื่องใช้ เครื่องประดับ หรือศิลปะวัตถุ สามารถแบ่งได้เป็น 5 ชนิดได้แก่ (1) รูปภาพ โปสเตอร์ หนังสือ (2) วัสดุท้องถิ่นตามธรรมชาติ (3) หุ่นจำลองเอกลักษณ์ (4) ประโยคคำพูดพิมพ์ลงในสินค้า และ (5) ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจึงมีหน้าที่คล้ายศิลปหัตถกรรมดั้งเดิมที่สื่อเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ ความงาม ทั้งยังสามารถสะท้อนวัฒนธรรมหรือประเพณี (Gordon, 1986; Fairhurst et al., 2007) ดังนั้นผลิตภัณฑ์ในชุมชนจึงถือเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสะท้อนภาพลักษณ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนสร้างความประทับใจ และเตือนความทรงจำให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในท้องถิ่น (ยุพดี เสตพรรณ, 2544) ซึ่งในชุมชนเชื่อมรัชชประภาเองมีผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ อาทิ สบู่ขมิ้นชัน และผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ที่สำคัญยังขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่จะส่งผ่านเอกลักษณ์ในความเป็นตัวตนของเชื่อมรัชชประภา ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จะทำให้ทราบถึงการรับรู้และความพึงพอใจ ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยผู้บริโภคอาจมีวิธีการรับรู้ที่แตกต่างกันเนื่องมาจากวัฒนธรรม ประสบการณ์ และแรงจูงใจ ดังนั้นการเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะออกสู่ตลาด ปัจจุบันมีการใช้เครื่องมือที่สามารถทราบถึงความคิดภายในใจของผู้บริโภค หรือเรียกกันว่า Kansei engineering (Nagamachi, 1992 and Simon, 2004) เพื่อที่จะนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการพัฒนาสินค้า และ Black box model ซึ่งเป็นวิธีการหาสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับสิ่งเร้าภายนอก เช่น ผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ โดยจะนำไปสู่การตอบสนอง เพื่อนำข้อมูล

ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Nalineben, 2013) ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับอิทธิพลของคุณลักษณะ อารมณ์ความรู้สึกเฉพาะของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน (Huynh et al., 2010) การใช้ข้อมูลสื่อไปยังผู้บริโภคเป็นส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการตีความหมายทางสถาปัตยกรรมที่สามารถสื่อออกมาจากรูปลักษณ์ทางกายภาพ โดยจะนำไปสู่การตอบสนอง (Hershberger, 1970) ซึ่งบรรจุภัณฑ์จะเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้บริโภคมองเห็นได้อย่างชัดเจนสามารถกระตุ้นยอดขาย ทำให้เกิดผลความพึงพอใจ และมีความจำเป็นต่อการจัดจำหน่ายสินค้า (วรดิษ กาญจนอักษรเดช, 2550 และ วชิร วาสนา, 2555) รูปร่างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ยังสามารถสื่อความหมายไปยังผู้บริโภคให้รับถึงคุณค่าและคุณภาพ (Meyers, 1998; Ampuero and Vila, 2006; Ricardo, 2008) บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทสำคัญต่อการสะท้อนภาพลักษณ์ ความหมาย และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของตนเอง หรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น จากนั้นทำการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อประเมินผลทางเลือกในการพิจารณาคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความชอบมากที่สุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวข้อง จึงนำไปสู่การศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นแนวทางที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาค้นคว้า โดยมุ่งเน้นปัจจัยการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ตามความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนไปใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจเพื่อการเพิ่มมูลค่าของสินค้า และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวข้องชุมชนเขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## 1.2 คำถามใหญ่ของการวิจัย

บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์การตลาดที่เกี่ยวข้องเขื่อนรัชชประภาควรมีลักษณะอย่างไร

## 1.3 คำถามย่อยของการวิจัย (Research question: RQ)

1. เอลักษณะชุมชนเขื่อนรัชชประภาที่จะนำมาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร
2. ความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร
3. บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างไร

## 1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของชุมชนเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์การตลาดที่เกี่ยวข้องเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงการนำความเป็นเอกลักษณ์หรือวัฒนธรรมที่สามารถเป็นตัวแทนของชุมชนเขื่อนรัชชประภา รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ เพื่อที่จะนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ 2 ชนิด ได้แก่ สบู่ขมิ้นชันและผ้าทอที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวบุคคล เอกสารหรือสื่อต่างๆ และการใช้ภาพจำลองของเอกลักษณ์หรือวัฒนธรรม รวมถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่จะนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชนเขื่อนรัชชประภา จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ทั้งในด้านการรับรู้เอกลักษณ์ของชุมชนเขื่อนรัชชประภา และความคิดเห็นต่อลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ในการวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเพื่อเสนอแนะแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและสามารถดึงดูดความสนใจซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเขื่อนกรณีศึกษาเขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีประชากรที่ศึกษาได้แก่ ผู้ที่อาศัยผู้ประกอบการในชุมชนเขื่อน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ เขื่อนรัชชประภา มีพื้นฐานมาจาก 3 ตัวแปรหลักเพื่อเชื่อมโยงไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้แก่ ตัวแปรที่ 1 เอกลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชน ที่จะต้องศึกษาถึงลักษณะพิเศษของชุมชนดังกล่าวเพื่อจะนำไปสู่การนำเอกลักษณ์เหล่านั้นมาประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์ให้สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชนสู่ผู้บริโภค ตัวแปรที่ 2 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตัวแปรที่ 3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา ได้แก่ สบู่ขมิ้นชันและผ้าทอ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยกลุ่มสมาชิกในพื้นที่ โดยตัวแปรดังกล่าวนี้จะสามารถทำให้ทราบถึงความต้องการรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการศึกษาเอกลักษณ์ของชุมชนเขื่อนรัชชประภาที่สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่น พร้อมทั้งพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่มีความคาดหวังต่อบรรจุภัณฑ์ ซึ่งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์จะต้องเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นทั้งสองชนิดที่มีอยู่ และจะสามารถนำไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่นตรงกับความต้องการผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยสิ่งต่างๆเหล่านี้จะส่งผลต่อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ในอนาคต

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงเอกลักษณ์ของชุมชนเขื่อนรัชชประภาที่สามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อนำมาใช้ร่วมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. ทราบถึงพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภค
3. ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่ขมิ้น และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอที่สื่อถึงเอกลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค