

หัวข้อวิจัย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเขื่อนกรณีศึกษา:
เขื่อนรัชชประภาอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้ดำเนินการวิจัย ว่าที่ร้อยตรี ดร.ศรัณู สิมศิริ
นางสาวรัตนนภดล สมิตินันท์
นายสธนวัชร ประกอบผล
ดร.นรินทร์ สรวิตย์ศิริกุล
ผศ.มานะ เอี่ยมบัว
นางสาววรรณิกา เกิดบาง
ดร.ชนินทร์ กุลเศรษฐ์ชัยสิทธิ์

ที่ปรึกษา ดร.ชมจันทร์ ดาวเดือน

หน่วยงาน โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี
ปี พ.ศ. 2560

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเขื่อนรัชชประภาอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการศึกษาหาความรู้ความจริงโดยกำหนดตัวแปรบางอย่างเพื่อดูผลของการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของเหตุและผล ซึ่งเป็นการศึกษาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้สันนิษฐานว่า บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนเขื่อนที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวเขื่อน และจะนำไปสู่ความพึงพอใจหรือความชื่นชอบสินค้าของผู้บริโภค การวิจัยจึงตั้งอยู่บนคำถามที่ว่า (1) เกร็ดลักษณะชุมชนเขื่อนรัชชประภาที่จะนำมาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร (2) ความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร และ (3) บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการอย่างไรโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 230 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา และถูกใช้เป็นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเหล่านั้น สร้างขึ้นเพื่อทดสอบปัจจัยการรับรู้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างว่าจะส่งผลอย่างไรต่อการตัดสินใจซื้อ โดยใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย การใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ (Independent T-Test) และการใช้สถิติ regression testing เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้เผยให้เห็นถึงความรู้สึกหรือความคิดของผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ว่าสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับว่าผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเพราะจะทำให้เกิดความดึงดูดน่าสนใจ แต่ต้องมีราคาที่ไม่ถูกหรือแพงจนเกินไป ให้เหมาะสมไปตามแต่ลักษณะของสินค้า ที่สำคัญไปกว่านั้นคือการผลิตภัณฑ์เหล่านั้นสามารถใช้เป็นของฝากหรือของที่ระลึก ที่มีความสวยงาม มีความประณีต และสื่อถึงเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนในด้านประโยชน์ใช้สอยที่ควรมีของบรรจุภัณฑ์นั้นผู้บริโภคมองว่าจะต้อง สื่อเอกลักษณ์ของสินค้ารวมทั้งเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของแหล่งผลิต สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ข้างใน สามารถถือหิ้วได้ ซึ่งรูปแบบบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวควรผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ที่มีคูสีกลมกลืนกัน มีความเข้มของสีในระดับกลางในโทนสีซีเปียร์ บรรจุภัณฑ์ควรมีผิวด้าน มีการเจาะช่องหรือแสดงให้เห็นตัวสินค้า ใช้ภาพประกอบเหมือนจริงและมีรูปทรง

เรขาคณิต ในส่วนของปัจจัยการรับรู้ผลิตภัณฑ์ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อพบว่า ความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์ เพราะเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในบรรจุภัณฑ์สบู่อะไรก็ตาม สิ่งที่ควรคำนึงถึงรองลงมาอันดับที่สองคือ คุณค่าหรือมีราคา และเหมาะที่จะซื้อเป็นของขวัญหรือของขวัญอันดับที่สามคือ การพกพาหรือถือหิ้วได้สะดวก และมีความสวยงาม และอันดับสุดท้ายคือ การสื่อถึงสินค้าภายใน และมีความแปลกใหม่ล้วนส่งผลต่อความต้องการและตัดสินใจซื้อทั้งสิ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นกุญแจสำคัญของปัจจัยทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจและการตัดสินใจซื้อ เพื่อนำไปใช้ออกแบบหรือพัฒนาสินค้าให้สนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

Research Title Packaging Development for Promotion Dam Tourism Community: A Case Studies of Ratchaprapa Dam, Khao Sok National Park, Surat Thani Province

Researcher Acting Sub Lt. Sarath Simsiri, Ph.D.
Ms. Ratananaphadol Smitinand
Mr. Satanawat Prakobpol
Narintorn Sorrawitsirakul, Ph.D.
Asst. Prof. Mana Eiambua
Ms. Waniga Kerdbang
Chanin Kulsetthanchalee, Ph.D.

Research Consultants Chomchan Dowduen, Ph.D.

Organization School of Tourism and Hospitality, Suan Dusit University

Year 2017

Packaging development to promote community tourism of Ratchaprapha Dam, Khao Sok, Surat Thani Province is the study the fact by defining some variables to investigate the effects of causes and results. This research studied the effects of independent variables on dependent variables. The hypothesis is packaging for dam community products, which clearly reflect local cultures and identity of community would add more value to the products and clearly support the good community identity, this leads to increase satisfaction and likeness in the products of consumers.

This research was based on 3 main questions; 1) What is the identity of Ratchaprapa Dam community which would be in the products? 2) What is consumer needs for packaging type? 3) How does packaging supporting Ratchaprapha Dam community identity fulfill consumers and operational parties' need?

Here, data was collected from 230 subjects, who were tourists in the studied area. They were the representatives of Abstract tourists in Surat Thani province. Questionnaire was used as the method to collect the data and to test how recognition in packaging types of subjects influence their buying decisions. All data was statistically analyzed to find mean, and Independent t-test analysis was performed along with regression testing to investigate the variable which influence buying decision of the subjects.

The study on behaviors and needs of tourists on packaging of community products reveals the feelings and the thoughts of consumers before making a buying decision. The results also show that the important factors influence buying decision is packaging, whether packaging draw attention or not, also the product price should not be too expensive or too cheap depending on the product characteristics. Moreover, if

the product could be great and neat souvenir or memorable item, which remind the consumers on identity of the tourist places, the consumer will buy it.

The consumers indicate that utilization of the packaging should show identity of the product along with local identity of that production place. Packaging should also let consumers see the inside product and it should have a handle to carry. They should be produced from synthetic material with moderate blended color in the sepia tone. They should have matted surface with a transparent area to show the inside product or use the virtual image to and have geometric shapes.

In term of recognition factors of packaging types influence their buying decisions, the results show that attractiveness of packaging is the factor that majority of subjects pay attention to for all soap product types. The second factor is the looking of product, whether it looks high cost, whether it could be a souvenir or gift and the third factor is comfortability to handle, beautiness and the last factor is the packaging direct of indirect inform the product inside and the innovativeness of packaging. All these factors influence the needs and buying decision of consumers. Therefore, all these could be the key factors to consider in designing product and packaging to draw consumers attention and to lead them buy the product. Furthermore, they could be used as an information in product development to fulfill consumer requirement.

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอแสดงความขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ซึ่งเป็นผู้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ที่เป็นส่วนหนึ่งของการกระจายความรู้จากการวิจัยครั้งนี้ส่งผ่านไปสู่มหาวิทยาลัยที่สนใจได้นำไปใช้ในทางที่เป็นประโยชน์ ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่สนับสนุนการวิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณกลุ่มผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถาม และทุกท่านที่เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ สุดท้ายขอขอบคุณคณะวิจัยที่ช่วยเป็นที่ปรึกษา เป็นกำลังใจ เป็นแรงงาน และเป็นเพื่อนร่วมงานที่ดี ที่เป็นส่วนสำคัญทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสมบูรณ์เรียบร้อยทุกประการ

สุดท้ายนี้คณะวิจัยหวังว่าเนื้อหาสาระต่างๆที่ได้เรียบเรียงอยู่ในการรายงานวิจัยฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ การนำไปต่อยอดเรื่องราวหรือประเด็นที่ยังขาดหายไป เพื่อที่จะเติมความสมบูรณ์ขององค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องต่อไปในภายภาคหน้า

คณะผู้วิจัย
2560