

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเขื่อนรัชชประภาอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการศึกษาหาความรู้ความจริงโดยกำหนดตัวแปรบางอย่างเพื่อดูผลของการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของเหตุและผล ซึ่งเป็นการศึกษาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้สันนิษฐานว่า บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนเขื่อนที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวเขื่อน และจะนำไปสู่ความพึงพอใจหรือความชื่นชอบสินค้าของผู้บริโภค การวิจัยจึงตั้งอยู่บนคำถามที่ว่า (1) เอกลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภาที่จะนำมาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร (2) ความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร และ (3) บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการอย่างไร

การวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนที่ 1 เริ่มจากการศึกษานำร่อง หรือ Preliminary Study เป็นการวิเคราะห์และกำหนดกรณีศึกษา การสร้างเครื่องมือวิจัยที่มีความเที่ยงตรงสำหรับใช้ในการวัด การเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับนำไปใช้ทดสอบ ในส่วนที่ 2 เป็นส่วนการศึกษาหลักของการวิจัย หรือ Main Study เป็นการทดลองตลาดของบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ในด้านการตอบสนองความต้องการทั้งผู้บริโภค อาทิ ความน่าสนใจ และการตัดสินใจซื้อ โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

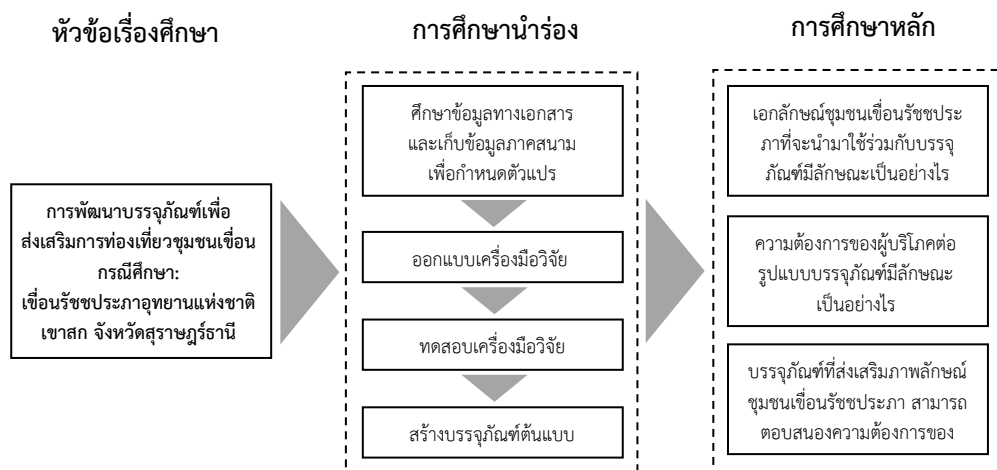
การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ หรือ Quantitative Research เพื่อศึกษาหาความรู้ความจริง ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และใช้กรอบแนวคิดเป็นแนวทางดำเนินงาน มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การศึกษาอย่างเป็นระบบด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ นำไปพิสูจน์โดยการเก็บข้อมูลจากเครื่องมือวิจัยที่เป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขไปทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ ในบรรยายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น หรืออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา สามารถเก็บข้อมูลจำนวนมาก และนำไปสรุปใช้ได้ ในลักษณะการศึกษาค้นคว้า การดำเนินงานวิจัยมีทิศทางสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของชุมชนเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นส่วนต่อเนื่องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยต้องการทราบว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลความพึงพอใจในรูปแบบหรือลักษณะบรรจุภัณฑ์ ของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ซึ่งการเข้าใจและทราบถึงความต้องการนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้า และข้อที่ 3 เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการเสนอแนะแนว

ทางการออกแบบบรรจุกัญท์ที่สามารถสนองต่อความต้องการ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวในชุมชนเขื่อน โดยการสรุปปัจจัยสำคัญสำหรับการพัฒนาบรรจุกัญท์

การวิจัยนี้ยังใช้วิธีการวิจัยเชิงทดลอง หรือ Experimental research ที่เป็นกระบวนการค้นหาความรู้ความจริงโดยใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ที่ศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงของตัวแปรในการทดลอง เพื่อศึกษาว่าปัจจัยหรือตัวแปรที่กำหนดจะมีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างไร โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบผลความแตกต่างของตัวแปรระหว่างปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสภาพปกติกับที่เกิดขึ้นในสภาพที่ได้รับการควบคุมตามเงื่อนไข โดยการทดสอบในประเด็นความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุกัญท์ระหว่างแบบเก่าและแบบใหม่ และการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นความจริง และสามารถนำไปใช้ในการอธิบายหรือใช้เป็นเกณฑ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุกัญท์ การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดำเนินการตามกรอบแนวคิดของการวิจัยและจากตัวแปรที่ได้ศึกษา ใช้แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจ การตัดสินใจซื้อสินค้า และลักษณะของบรรจุกัญท์ที่สอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งตัวแปรได้มาจากการศึกษาข้อมูลการทบทวนวรรณกรรม และสามารถใช้สถิติสำหรับทดสอบเนื่องจากการเก็บข้อมูลนั้นจะใช้ตัวเลขในการให้ค่าคะแนนสำหรับแสดงค่าความคิดเห็น จะทำให้ง่ายต่อการจัดกระทำข้อมูลหรือการนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติในรูปแบบของค่าเฉลี่ย (Mean) การทดสอบความแตกต่างหรือเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (Independent samples t-test) และ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis) เป็นการวิเคราะห์ทิศทางของการรับรู้บรรจุกัญท์และผลิตภัณฑ์ว่ามีปัจจัยใดที่จะส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อ โดยวัดคุณภาพเครื่องมือโดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่มีมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) ซึ่งเป็นมาตรวัดชนิดประมาณค่าจากค่าน้อยที่สุดถึงค่ามากที่สุด หรือเรียกว่าการหาค่า (Cronbach's alpha) เป็นการหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Coefficient of reliability) ซึ่งได้ทำการทดสอบเครื่องมือครั้งแรกจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 39 คน พบว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น .877 ซึ่งหมายถึงคุณภาพความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนี้อยู่ในระดับสูงมาก หลังจากนั้นทำการเก็บข้อมูลอีกครั้ง ณ แหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวกสบาย (Convenience หรือ Accidental Sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์ อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูล พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นสูงกว่าการทดสอบในครั้งแรก ได้ค่า .899 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 282 คน ถือได้ว่าคุณภาพเครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก และข้อมูลเหล่านั้นจะถูกนำไปใช้ในการอธิบายปัจจัยทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุกัญท์ที่สามารถดึงดูดความสนใจและการตัดสินใจซื้อ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบหรือพัฒนาบรรจุกัญท์และผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

การวิจัยเริ่มจากการศึกษานำร่อง ซึ่งเป็นเป็นช่วงแรกของการศึกษาโดยการวิเคราะห์และกำหนดตัวแปรศึกษา การสร้างเครื่องมือวิจัยที่มีความเที่ยงตรงสำหรับใช้ในการวัด การเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนาบรรจุกัญท์ที่จะนำไปสู่การกำหนดรูปแบบบรรจุกัญท์ต้นแบบสำหรับนำไปใช้ทดสอบ จากนั้นเป็นการศึกษาหลักของการวิจัย โดยมุ่งศึกษาในส่วนของจุดประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้สามารถแบ่งออกเป็นการศึกษาตามคำถามการวิจัยที่ตั้งไว้ ได้แก่ (1) เอกลักษณะชุมชนเขื่อนรัชชประภาที่จะนำมาใช้ร่วมกับบรรจุกัญท์มีลักษณะเป็นอย่างไร (2) ความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบ

บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร และ (3) บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการอย่างไร โดยทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพด้วยแบบสอบถามเพื่อทำการทดสอบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งข้อมูลจะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภค และความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา



ภาพที่ 3.1 แผนการวิจัย

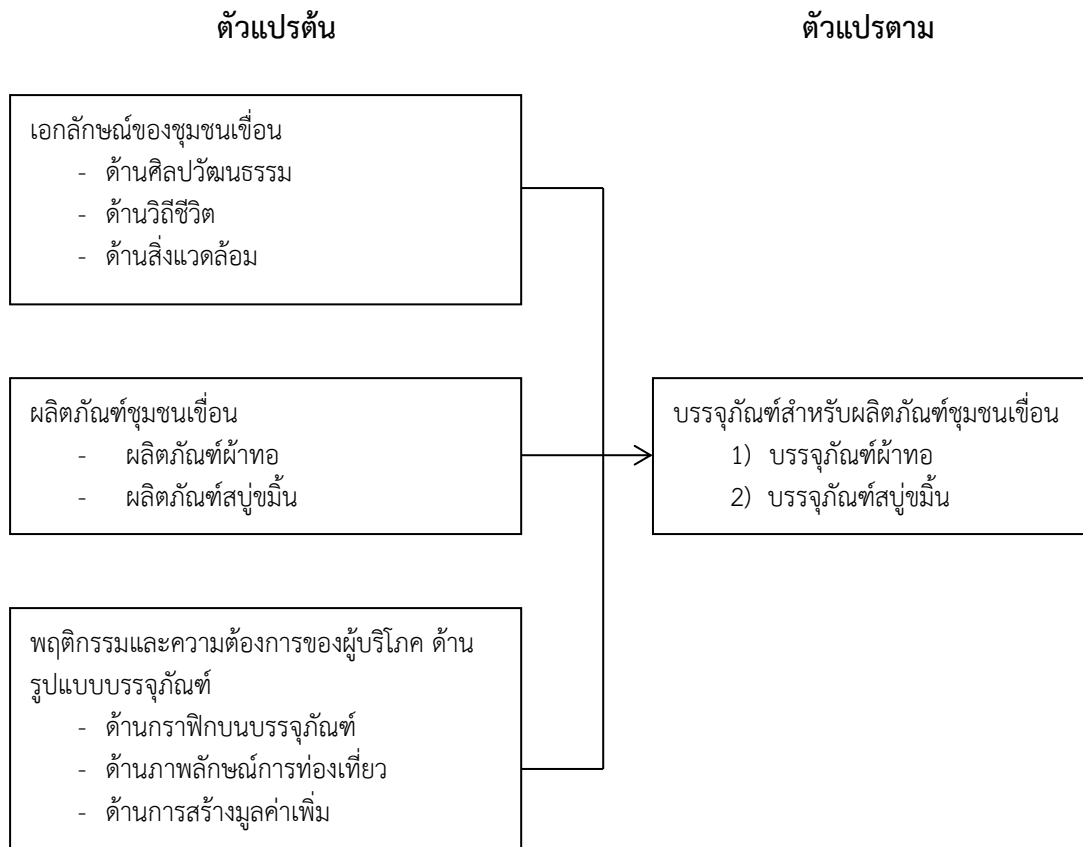
3.2 เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

จากภาพที่ 3.1 การศึกษานำร่องเป็นขั้นตอนการดำเนินงานก่อนการศึกษาหลักของการวิจัยครั้งนี้ มี 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลทางเอกสาร และเก็บข้อมูลภาคสนาม เพื่อกำหนดตัวแปร ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบเครื่องมือวิจัย ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบเครื่องมือวิจัย และขั้นตอนที่ 4 สร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อที่จะนำเครื่องมือวิจัย และบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ได้ไปใช้ในการทดสอบในของการศึกษาหลัก โดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนเป็นไปตามคำถามการวิจัยข้อที่ 1 เอกลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภาจะนำมาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร และ ข้อที่ 2 ความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร

3.2.1.1 ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร เก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อกำหนดตัวแปร

เริ่มจากการศึกษาประวัติความเป็นมา เอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะช่วยให้ทราบถึงความเป็นมา และสามารถจำแนกเอกลักษณ์ของสถานที่ออกเป็นหมวดหมู่เพื่อความง่ายต่อการคัดเลือกตัวแทนที่สามารถสะท้อนถึงชุมชนเขื่อนรัชชประภา อีกทั้งศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งมีอยู่ 2 ประเภทหลักที่มีจำหน่ายเป็นของฝากในชุมชนเขื่อน ได้แก่ ผ้าทอ และสบู่ขมิ้นชัน เพื่อทราบถึงลักษณะและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ สำหรับนำมาใช้ประกอบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ข้อมูลทางด้าน

สถานที่ และผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นไทยได้มาจากการศึกษาข้อมูลทางเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ พร้อมทั้งสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ การเก็บรวบรวมข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบเอกสาร ภาพถ่าย และผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ข้อมูลเหล่านั้นจะนำไปสู่การกำหนดตัวแปร วิธีการ และกรอบแนวคิดของการวิจัย ได้แก่ เอกลักษณ์ของชุมชนเขื่อน ผลิตภัณฑ์ชุมชนเขื่อน พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเขื่อน



ภาพที่ 3.2 กรอบแนวคิดของการศึกษานำร่อง



ภาพที่ 3.3 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเขื่อนรัชชประภา (เขาสามเถล)



ภาพที่ 3.4 กลุ่มผลิตภัณฑ์สบู่ขมิ้นชัน



ภาพที่ 3.5 ผลิตภัณฑ์สบู่ขมิ้นชัน



ภาพที่ 3.6 บรรจุภัณฑ์สบู่ขมิ้นชัน



ภาพที่ 3.7 กลุ่มผลิตภัณฑ์สบู่ขมิ้นชันผ้าทอบ้านเขี้ยวหวาน



ภาพที่ 3.8 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอบ้านเขี้ยวหลาน



ภาพที่ 3.9 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์

3.2.1.2 ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยในการศึกษานำร่องนั้นผู้วิจัยได้ใช้กำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ ระดับการศึกษา ประเภทสินค้าที่สนใจ สถานที่ซื้อสินค้า รวมถึงความสนใจและการเลือกซื้อสินค้าเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่และวัฒนธรรม การมีคุณค่าทางความงามความประณีตความล้ำค่า การมีคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย คงความเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมที่มีมาตั้งแต่อดีต มีการประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบสมัยใหม่ทันสมัยหรือแปลกใหม่ ผ่านการรับรองมาตรฐานหรือมีใบรับประกันของแท้ มีความแปลกหายากหรือมีจำนวนจำกัด มีความทนทาน แข็งแรงหรือมีคุณภาพ เหมาะที่จะซื้อเป็นของขวัญที่ระลึก เหมาะที่จะเป็นของขวัญสะสม เหมาะที่จะนำไปตกแต่งบ้าน มีขนาดกะทัดรัดพกพาสะดวก มีราคาสมเหตุสมผล และมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่าดึงดูดน่าสนใจ อีกทั้งตัวการกำหนดแปรด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีประเด็นเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ คู่มือที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ ความเข้มของสีบนบรรจุภัณฑ์ สีเส้นของบรรจุภัณฑ์ พื้นผิว การแสดงสินค้าด้านในรูปแบบภาพประกอบ รูปร่างรูปทรง ประโยชน์ใช้สอยที่ต้องการจากบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น



แบบสอบถามความคิดเห็น
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง อายุ.....ปี มีรายได้.....ต่อเดือน
2. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
3. ท่านมีความสนใจในสินค้าประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - อาหาร เครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย
 - เครื่องใช้ เครื่องประดับตกแต่ง ศิลปะประดิษฐ์ ของที่ระลึก สินค้าเพื่อสุขภาพ สมุนไพร
4. ของที่ระลึกรูปแบบใดที่ท่านสนใจ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - รูปภาพ โปสเตอร์ หนังสือ
 - สินค้าจำลองเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่
 - ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น งานฝีมือ เครื่องใช้ ของตกแต่ง
 - สินค้าสกรีนชื่อ เอกลักษณ์ หรือสถานที่สำคัญต่างๆ
5. วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้า
 - ให้ตัวเอง ให้คนอื่น ให้ทั้งตัวเองและให้คนอื่น
6. ท่านซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกจากที่ใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - สนามบิน โรงแรมหรือที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว งานแสดงสินค้า OTOP
 - ร้านOTOP ในจังหวัด แหล่งผลิตสินค้า อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้า

ลำดับ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจ และการตัดสินใจซื้อสินค้า	ระดับความคิดเห็น				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ และวัฒนธรรม	1	2	3	4	5
2	มีคุณค่าทางความงาม ความประณีต ความล้ำค่า	1	2	3	4	5
3	มีคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย	1	2	3	4	5
4	คงความเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมที่มีมาตั้งแต่อดีต	1	2	3	4	5
5	มีการประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบสมัยใหม่ ทันสมัย หรือแปลกใหม่	1	2	3	4	5
6	ผ่านการรับรองมาตรฐาน หรือมีใบรับประกันของแท้	1	2	3	4	5
7	มีความแปลก หายาก หรือมีจำนวนจำกัด	1	2	3	4	5
8	มีความทนทาน แข็งแรง หรือมีคุณภาพ	1	2	3	4	5
9	เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝาก ของที่ระลึก	1	2	3	4	5
10	เหมาะที่จะเป็นของเก็บสะสม	1	2	3	4	5
11	เหมาะที่จะนำไปตกแต่งบ้าน	1	2	3	4	5
12	มีขนาดกะทัดรัด พกพาสะดวก	1	2	3	4	5
13	มีราคาสมเหตุสมผล	1	2	3	4	5
14	มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม น่าดึงดูด น่าสนใจ	1	2	3	4	5

ภาพที่ 3.10 ตัวอย่างแบบสอบถามของการศึกษานำร่องส่วนที่ 1 ตอนที่ 1 และ 2

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

ลำดับ	คุณลักษณะที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์		ระดับความคิดเห็น				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ใช้วัสดุธรรมชาติทั้งหมด เช่น ใบตอง กระบอกละไม่ไผ่	1	2	3	4	5
		ใช้วัสดุธรรมชาติผสมผสานกับวัสดุสังเคราะห์	1	2	3	4	5
		ใช้วัสดุสังเคราะห์ทั้งหมด เช่น กระดาษ พลาสติก	1	2	3	4	5
2	คู่มือที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์	คู่มือกลมกลืนกัน: ฟ่าน้ำเงิน แดงส้ม ดำเทา	1	2	3	4	5
		คู่มือตรงกันข้าม: น้ำเงินส้ม แดงเขียว ม่วงเหลือง	1	2	3	4	5
3	ความเข้มของสีบนบรรจุภัณฑ์	ระดับสีอ่อน	1	2	3	4	5
		ระดับสีกลาง	1	2	3	4	5
		ระดับสีเข้ม	1	2	3	4	5
4	สีสันทนของบรรจุภัณฑ์	มีสีหลากหลาย	1	2	3	4	5
		มีน้อยสี	1	2	3	4	5
		สีซีเปียร์ (โทนน้ำตาล)	1	2	3	4	5
		สีโทนเดียว	1	2	3	4	5
5	พื้นผิว	มันวาว	1	2	3	4	5
		ด้าน	1	2	3	4	5
		ป็นูน	1	2	3	4	5
		เรียบ	1	2	3	4	5
6	การแสดงสินค้าด้านใน	ใช้ภาพประกอบ	1	2	3	4	5
		เจาะช่องหรือใช้วัสดุที่เห็นตัวสินค้า	1	2	3	4	5
7	รูปแบบภาพประกอบ	ใช้ภาพประกอบแบบเหมือนจริง	1	2	3	4	5
		ใช้ภาพประกอบแบบไม่เหมือนจริง	1	2	3	4	5
8	รูปร่างรูปทรง	เรขาคณิต: สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม ทรงกระบอก	1	2	3	4	5
		เรขาคณิตหลายเหลี่ยม: หกเหลี่ยม แปดเหลี่ยม	1	2	3	4	5
		รูปทรงอิสระ	1	2	3	4	5
		เลียนแบบธรรมชาติ: สิ่งมีชีวิต ต้นไม้ ทิวทัศน์	1	2	3	4	5
9	ประโยชน์ใช้สอยที่ต้องการจากบรรจุภัณฑ์	ห่อหุ้มสินค้า	1	2	3	4	5
		ปกป้องสินค้า	1	2	3	4	5
		ช่วยยืดอายุสินค้า	1	2	3	4	5
		สามารถถือหิ้วได้	1	2	3	4	5
		เมื่อเปิดแล้วสามารถเก็บรักษาสินค้าต่อไปได้อีก	1	2	3	4	5
		สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้	1	2	3	4	5
		แสดงข้อมูลสินค้า	1	2	3	4	5
		แสดงให้เห็นตัวสินค้า	1	2	3	4	5
		แสดงเอกลักษณ์ของสินค้า	1	2	3	4	5
		แสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของแหล่งผลิตสินค้า	1	2	3	4	5
สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า	1	2	3	4	5		

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้

ภาพที่ 3.11 ตัวอย่างแบบสอบถามของการศึกษานำร่องส่วนที่ 1 ตอนที่ 3 และ 4

3.2.1.3 ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยได้กำหนดมาตรวัดของแบบสอบถามที่มีระดับการวัด 5 ค่าระดับ ตามหลักการวัดของ Likert scale ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ระดับ 3 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อย ระดับ 1 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย คือ 4.50-5.00 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด 3.50-4.49 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก 2.50-3.49 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง 1.50-2.49 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อย และ 0.00-1.49 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด

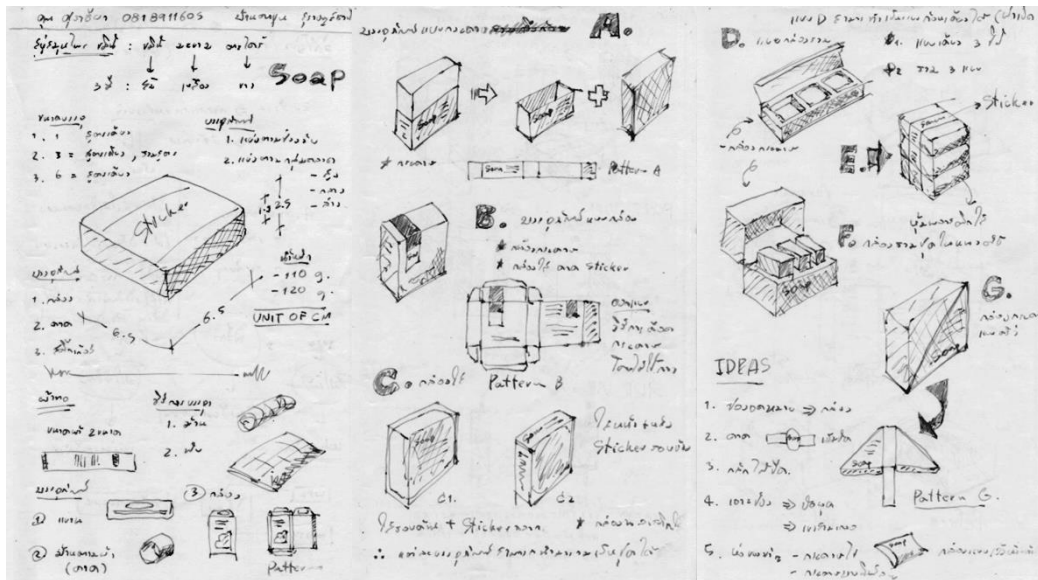
ในการทดสอบเครื่องมือวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยนำแบบสอบถามดังกล่าวในภาพที่ 3.9 และ 3.10 ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเขื่อนรัชชประภา และในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาผลสรุปและทำการเปรียบเทียบระดับของการรับรู้ รวมทั้งทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยการวัดคุณภาพความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามว่าแต่ละข้อคำถามสอดคล้องกันหรือไม่ เป็นการวัดการสอดคล้องภายใน (internal consistency) หรือเรียกว่า การหาค่า Cronbach's alpha (ครอนแบคอัลฟา) เป็นการหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น หรือ coefficient of reliability (α -Coefficient) หากทดสอบได้น้อยกว่า 0.7 ต้องแก้ไขแบบสอบถาม แต่ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ถือว่าแบบสอบถามความเชื่อมั่นสูง สามารถใช้ได้ทั้งข้อสอบแบบเลือกตอบที่มีคะแนนรายข้อเป็น 1 หรือ 0 และแบบวัดความคิดเห็น เช่น มาตรวัดแบบลิเคิร์ต หรือ Likertscale ซึ่งเป็นมาตรวัดชนิดประมาณค่าจากค่าน้อยที่สุดถึงค่ามากที่สุด (Cronbach, 1970) ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลที่ได้เก็บในครั้งนี้ โดยมีการให้ค่าคะแนนแบบ 7 ระดับ (Schuyler W. Huck & William H. Cormier, 1995) พบว่าค่า Alpha ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจ และการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเท่ากับ .831 คุณลักษณะที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ .810 คุณลักษณะที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ .872 และ ค่า Alpha รวมทั้งหมดมีค่าเท่ากับ .899 ซึ่งเข้าใกล้ 1 จึงสรุปได้ว่าคุณภาพของเครื่องมือวิจัยซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นของข้อมูลสูง และแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละคนให้คะแนนได้สอดคล้องกัน (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัยในส่วนของการศึกษานำร่อง

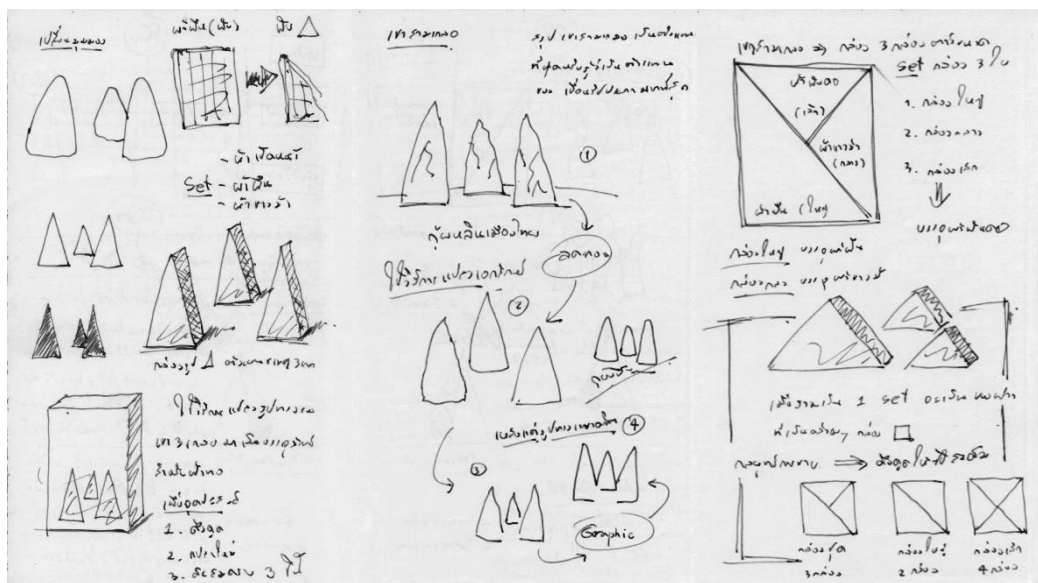
ลำดับ	ประเด็นทดสอบ	ค่าความเชื่อมั่น Reliability (α)	
		แยกประเด็น	รวมทั้งหมด
1	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจ และการตัดสินใจซื้อสินค้า	.831	.899
2	คุณลักษณะที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	.810	
3	คุณลักษณะที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	.872	

3.2.1.4 ขั้นตอนที่ 4 สร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

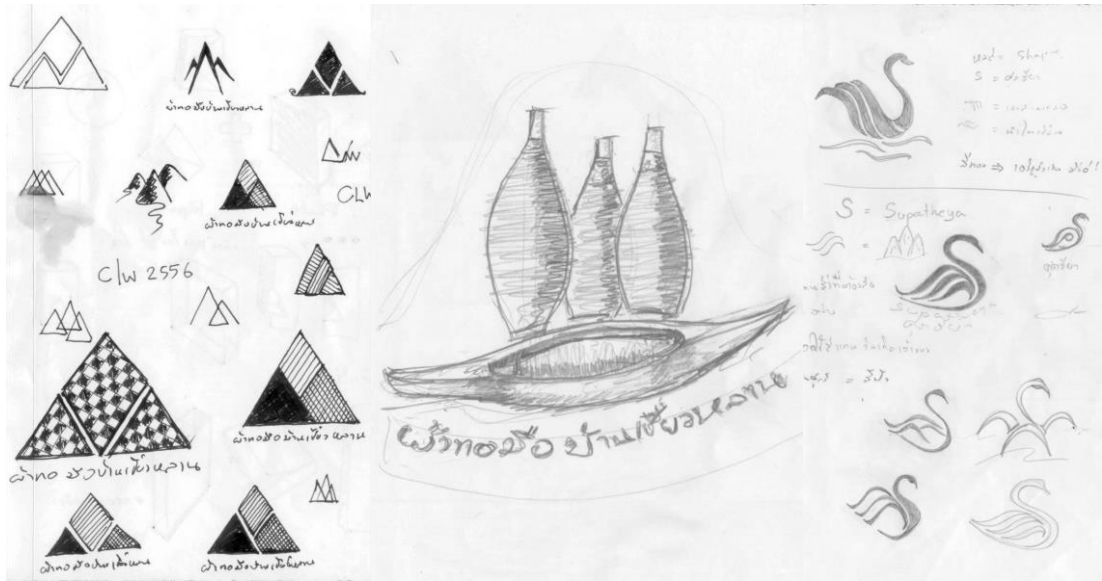
ในขั้นตอนของการสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบนี้ เริ่มจากการร่างแนวคิดของการออกแบบ เพื่อที่จะพัฒนาเป็นทางเลือกสำหรับนำไปสร้างต้นแบบด้วยวิธีการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์กราฟิก แบบ 2 มิติ จากนั้นจึงนำรูปแบบที่ได้มาผลิตออกมาเป็นชิ้นงานต้นแบบจริงนำไปทดสอบการรับรู้จาก กลุ่มตัวอย่าง และเก็บข้อมูลวิเคราะห์ผลสรุปอีกครั้ง (ภาพที่ 3.11 – 3.27)



ภาพที่ 3.12 ภาพร่างแนวคิดแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์



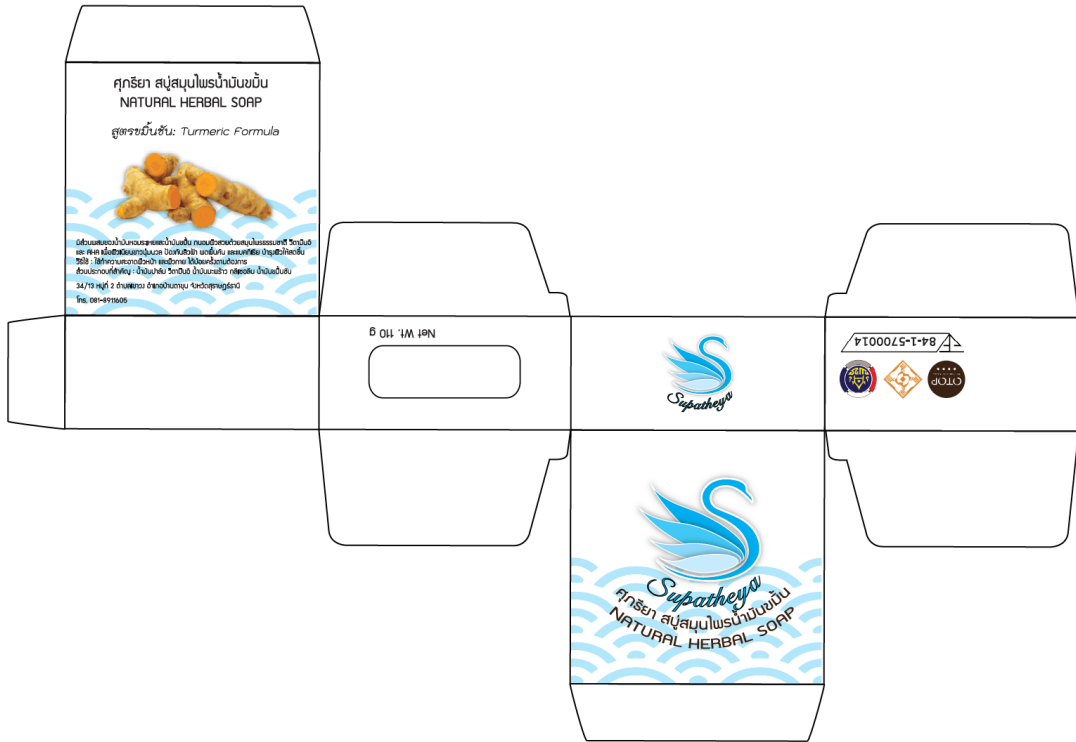
ภาพที่ 3.13 ภาพร่างแนวคิดในการนำเอกลักษณ์พื้นที่มาประยุกต์ใช้



ภาพที่ 3.14 ภาพร่างตราสินค้าเพื่อประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3.15 การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์สบู่ด้วยคอมพิวเตอร์ แบบที่ 1



ภาพที่ 3.16 การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์สบู่ด้วยคอมพิวเตอร์ แบบที่ 2



ภาพที่ 3.17 ภาพการสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์สบู่ด้วยคอมพิวเตอร์ แบบที่ 3



ภาพที่ 3.18 การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์สบู่ด้วยคอมพิวเตอร์ แบบที่ 4



ภาพที่ 3.19 การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์สบู่ด้วยคอมพิวเตอร์ แบบที่ 5



ภาพที่ 3.20 การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอด้วยคอมพิวเตอร์ แบบที่ 1



ภาพที่ 3.21 การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอด้วยคอมพิวเตอร์ แบบที่ 2



ภาพที่ 3.22 การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอด้วยคอมพิวเตอร์ แบบที่ 3



ภาพที่ 3.23 การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอด้วยคอมพิวเตอร์ แบบที่ 4



ภาพที่ 3.24 ขั้นตอนการทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์สบู่อ



ภาพที่ 3.25 ขั้นตอนการทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้า



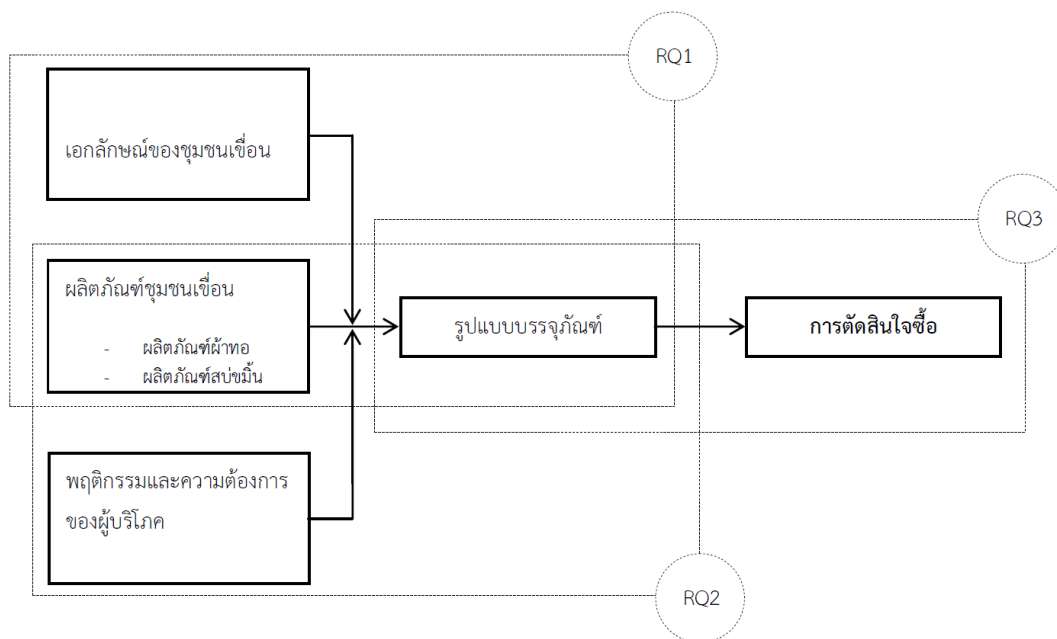
ภาพที่ 3.26 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับใช้ทดสอบ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนการศึกษาหลักของการวิจัย ได้มีการนำปัจจัยการรับรู้ที่จากการศึกษาในส่วนแรก มาประยุกต์ใช้กับเครื่องมือการวิจัยในส่วนของการศึกษาหลัก โดยทำการปรับใช้ให้สอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการทดสอบตามคำถามการวิจัย มีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนเป็นไปตามคำถามการวิจัยข้อที่ 1 เอกลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภาจะนำมาใช้ร่วมกับบรรจุกณ์ที่มีลักษณะเป็นอย่างไร ข้อที่ 2 ความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุกณ์ที่มีลักษณะเป็นอย่างไร และ ข้อที่ 3 บรรจุกณ์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างไรโดยได้แยกอธิบายไว้ในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างกรอบแนวคิดในการวิจัย ตัวแปร และคำถามการวิจัย เรื่องของนิยามด้านมโนทัศน์และนิยามปฏิบัติการของตัวแปรต่างๆ จากคำถามการวิจัย และเรื่องของความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปร ระดับการวัด เครื่องมือในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละคำถามการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างกรอบแนวคิดในการวิจัย ตัวแปร และคำถามการวิจัย

การกำหนดความหมายเชิงปฏิบัติการ หรือ Operational Definition เป็นการกำหนดความหมายที่เฉพาะเจาะจงสามารถวัดและสังเกตค่าได้ การนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมาเชื่อมโยงกันเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เคยเกิดขึ้น และคาดการณ์ถึงความสัมพันธ์ที่อาจจะส่งผลต่อกัน ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย นำมาสู่ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การวางแผนหรือวิธีการวิจัย และสุดท้ายจึงเป็นความสัมพันธ์ของตัวแปรที่อยู่ในรูปของกรอบการวิจัย การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้รูปแบบบรรจุกณ์และความต้องการของผู้บริโภค นำไปสู่การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง วิธีการที่จะใช้ในการทดสอบ รวมไปถึงตัวอย่างบรรจุกณ์ที่จะนำมาทดสอบ และประเด็นคำถามที่จะแสดงให้เห็นถึงกระบวนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ตามคำถามการวิจัย ข้อที่ 1 เอกลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภาจะนำมาใช้ร่วมกับบรรจุกณ์ที่มีลักษณะเป็นอย่างไร (Research Question 1: RQ1) ข้อที่ 2 ความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุกณ์ที่มีลักษณะเป็นอย่างไร (Research Question 2: RQ2) และ ข้อที่ 3 บรรจุกณ์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างไร (Research Question 3: RQ3) เริ่มจากการศึกษาวิเคราะห์และกำหนดกรณีศึกษา การสร้างเครื่องมือวิจัยที่มีความเที่ยงตรงสำหรับใช้ในการวัด การเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนาบรรจุกณ์ต้นแบบสำหรับนำไปใช้ทดสอบ จากนั้นทดลองตลาดของบรรจุกณ์ต้นแบบ ในด้านการตอบสนองความต้องการทั้งผู้บริโภค อาทิ ความน่าสนใจ และการตัดสินใจซื้อ โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบรรจุกณ์ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุกณ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป การศึกษาแต่ละขั้นตอนผู้วิจัยได้สรุปความสัมพันธ์และขั้นตอนระหว่างการเดินทาง (ภาพที่ 3.17) โดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามคำถามการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 3.27 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

3.3.2 นิยามด้านมโนทัศน์และนิยามปฏิบัติการของตัวแปรต่างๆ จากคำถามการวิจัย

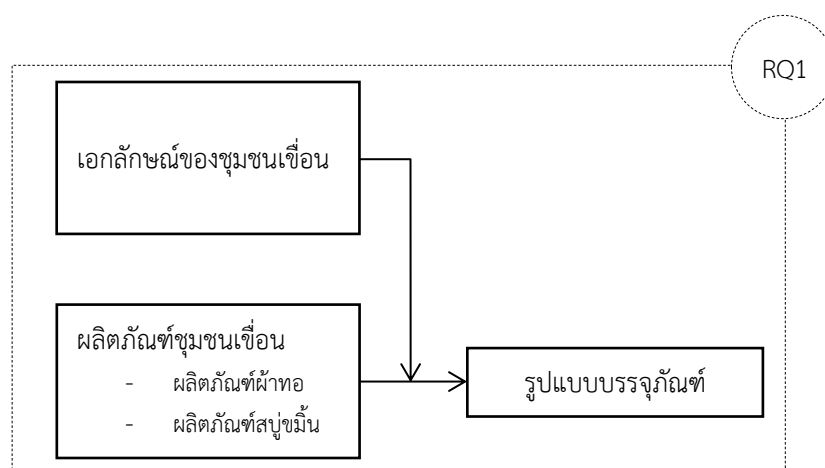
การสรุปคำนิยามของแต่ละตัวแปร จากกรอบการวิจัยที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้ให้ความหมายของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยต่อไปนี้

- 3.3.2.1 เอกลักษณ์ชุมชนเขื่อน** หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์หรือลักษณะพิเศษของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเขื่อนรัชชประภา อาทิ สถาปัตยกรรม ประเพณี วัฒนธรรม ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น
- 3.3.2.2 ผลิตภัณฑ์ชุมชนเขื่อน** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตหรือใช้วัตถุดิบในพื้นที่ด้วยภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น
- 3.3.2.3 พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค** หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการเสาะแสวงหา การเลือก การซื้อ การใช้ การประเมินผล และเลือกผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการและความพอใจ
- 3.3.2.4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์** หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค
- 3.3.2.5 การตัดสินใจซื้อ** หมายถึง กระบวนการทางเลือกที่ได้พิจารณาแล้วว่ามีความต้องการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

3.3.3 ความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปร ระดับการวัด เครื่องมือในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละคำถามการวิจัย

แสดงการเชื่อมโยงตัวแปรในการศึกษาตามคำถามการวิจัยข้อที่ 1 เอกลักษณะชุมชนเขื่อนรัชชประภาจะนำมาใช้ร่วมกับบรรจุกณ์ที่มีลักษณะเป็นอย่างไร (Research Question 1: RQ1) แสดงการเชื่อมโยงตัวแปรในการทดสอบในภาพที่ 3.29 และแสดงตัวแปร ระดับการวัด เครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูล ในตารางที่ 3.2 ข้อที่ 2 ความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุกณ์ที่มีลักษณะเป็นอย่างไร (Research Question 2: RQ2) แสดงการเชื่อมโยงตัวแปรในการทดสอบในภาพที่ 3.30 และแสดงตัวแปร ระดับการวัด เครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูล ในตารางที่ 3.3 และ ข้อที่ 3 บรรจุกณ์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างไร (Research Question 3: RQ3) แสดงการเชื่อมโยงตัวแปรในการทดสอบในภาพที่ 3.31 และแสดงตัวแปร ระดับการวัด เครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูล ในตารางที่ 3.4

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 เอกลักษณะชุมชนเขื่อนรัชชประภาที่จะนำมาใช้ร่วมกับบรรจุกณ์ที่มีลักษณะเป็นอย่างไร

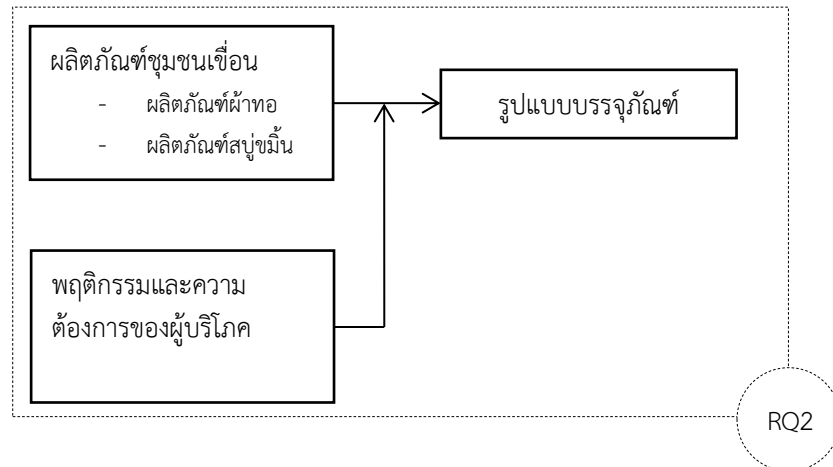


ภาพที่ 3.28 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านเอกลักษณะ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ส่งผลต่อรูปแบบบรรจุกณ์

ตารางที่ 3.2 ตัวแปร ระดับการวัด เครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูลของคำถามการวิจัยข้อที่ 1

ตัวแปร	ประเด็นการรับรู้	ระดับการวัด	เครื่องมือ	สถิติ
เอกลักษณะของชุมชนเขื่อน	สถานที่ท่องเที่ยว	Nominal	questionnaire	แจกแจงความถี่ ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ชุมชน	ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น	Nominal		
	สบู่ขมิ้น	Nominal		
	ผ้าทอบ้านเขี้ยว	Nominal		
	หลาน	Nominal		

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 ความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร

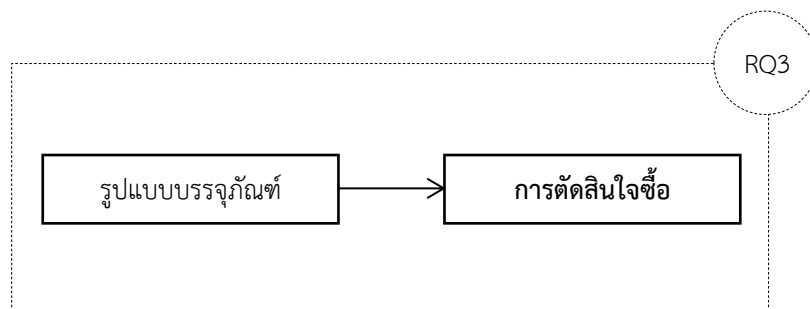


ภาพที่ 3.29 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 3.3 ตัวแปร ระดับการวัด เครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูลของคำถามการวิจัยข้อที่ 2

ตัวแปร	ประเด็นการรับรู้	ระดับการวัด	เครื่องมือ	สถิติ
ผลิตภัณฑ์ชุมชน	สบู่ขมิ้น ผ้าทอบ้านเขี้ยวหลาน	Nominal		แจกแจงความถี่ ร้อยละ
พฤติกรรมและความ ต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อ รูปแบบบรรจุภัณฑ์	มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ และวัฒนธรรม มีคุณค่าทางความงาม ความประณีต ความล้ำค่า มีคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย คงความเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมที่มีมาตั้งแต่อดีต รูปแบบสมัยใหม่ ทันสมัย หรือแปลกใหม่ ผ่านการรับรองมาตรฐาน หรือมีใบรับประกันของ แท้ มีความแปลก หายาก หรือมีจำนวนจำกัด มีความทนทาน แข็งแรง หรือมีคุณภาพ เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝาก ของที่ระลึก เหมาะที่จะเป็นของเก็บสะสม เหมาะที่จะนำไปตกแต่งบ้าน มีขนาดกะทัดรัด พกพาสะดวก			
คุณลักษณะที่ใช้ในการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์	มีราคาสมเหตุสมผล รูปแบบบรรจุภัณฑ์ คู่มือที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ ความเข้มของสีบนบรรจุภัณฑ์ สีสันของบรรจุภัณฑ์ พื้นผิว การแสดงสินค้าด้านใน รูปแบบภาพประกอบ รูปร่างรูปทรง	Interval	questionnaire	ค่าเฉลี่ย และ Independent- samples T-test
ประโยชน์ใช้สอยที่ต้องการ จากบรรจุภัณฑ์	ห่อหุ้มสินค้า ปกป้องสินค้า ช่วยยืดอายุสินค้า สามารถถือหิ้วได้ เมื่อเปิดแล้วสามารถเก็บรักษาสินค้าต่อไปได้อีก สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ แสดงข้อมูลสินค้า แสดงให้เห็นตัวสินค้า แสดงเอกลักษณ์ของสินค้า แสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของแหล่งผลิตสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า			

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 บรรรจุกณ์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนเขื่อนรัชชประภา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างไร



ภาพที่ 3.30 ความสัมพันธ์ของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 3.4 ตัวแปร ระดับการวัด เครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูลของคำถามการวิจัยข้อที่ 3

ตัวแปร	ประเด็นการรับรู้	ระดับการวัด	เครื่องมือ	สถิติ
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	สื่อถึงสินค้าภายใน มีความแปลกใหม่ พกพา / ถือหิ้วสะดวก ดูดีมีมูลค่า / มีราคา เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝาก / ของขวัญ มีความสวยงาม	Interval	questionnaire	ค่าเฉลี่ย Independent- samples T-test และ Multiple regression
การตัดสินใจซื้อ	มีความน่าสนใจ คุ้มค่าน่าซื้อ			

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเขื่อนรัชชประภา ผู้วิจัยได้เลือกใช้ การวัดทัศนคติ หรือความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์ ด้วย Likert scale questionnaire ซึ่งข้อมูลต่างที่ได้มานั้น จะสามารถนำไปใช้พัฒนาหรือวางแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ต่อไป

3.4.1 เครื่องมือในการวิจัย

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อทดสอบปัจจัยการรับรู้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างว่าจะส่งผลอย่างไรต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเก็บข้อมูลนั้นจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบการดูตัวอย่างบรรจุภัณฑ์รวมทั้งหมด 6 รูปแบบ โดยบรรจุภัณฑ์แต่ละรูปแบบ จะมีข้อความย่อยอีก 8 ประเด็น ได้แก่ (1) สื่อถึงสินค้าภายใน (2) มีความแปลกใหม่ (3) พกพาหรือถือหิ้วสะดวก (4) ดูดีมีมูลค่าหรือมีราคา (5) เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝากหรือของขวัญ (6) มีความสวยงาม (7) มีความน่าสนใจ และ (8) คุ้มค่าน่าซื้อ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ส่วนบุคคล และส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ผ้าทอ จากนั้นจะใช้สถิติค่าเฉลี่ย เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย และใช้สถิติ Independent T-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง

ของการรับรู้ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง รวมถึงการใช้สถิติ regression testing เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในภาพที่ 3.32-3.33

ผู้วิจัยได้กำหนดมาตรวัดของแบบสอบถามที่มีระดับการวัด 7 ค่าระดับ ตามหลักการวัดของ Likert scale ดังนี้ ระดับ 7 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ระดับ 6 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ระดับ 5 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ระดับ 4 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ระดับ 3 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางน้อย ระดับ 2 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อย ระดับ 1 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนช่วง 6.50-7.00 หมายถึง มีการรับรู้ในระดับมากที่สุด 5.50-6.49 หมายถึง มีการรับรู้ในระดับมาก 4.50-5.49 หมายถึง มีการรับรู้ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก 3.50-4.49 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง 2.50-3.49 หมายถึง มีการรับรู้ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางน้อย 1.50-2.49 หมายถึง มีการรับรู้ในระดับน้อย และ 0.00-1.49 หมายถึง มีการรับรู้ในระดับน้อยที่สุด

ในการทดสอบเครื่องมือวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยนำแบบสอบถามดังตัวอย่างในภาพที่ 3.32 และ 3.33 นำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเขื่อนรัชชประภา และในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาผลสรุปและทำการเปรียบเทียบระดับของการรับรู้ รวมทั้งทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยการวัดคุณภาพความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามว่าแต่ละข้อคำถามสอดคล้องกันหรือไม่ เป็นการวัดการสอดคล้องภายใน (internal consistency) หรือเรียกว่า การหาค่า Cronbach's alpha (ครอนแบคอัลฟา) เป็นการหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น หรือ coefficient of reliability (α -Coefficient) หากทดสอบได้น้อยกว่า 0.7 ต้องแก้ไขแบบสอบถาม แต่ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ถือว่าแบบสอบถามความเชื่อมั่นสูง สามารถใช้ได้ทั้งข้อสอบแบบเลือกตอบที่มีคะแนนรายข้อเป็น 1 หรือ 0 และแบบวัดความคิดเห็น เช่น มาตรวัดแบบลิเคิร์ต หรือ Likertscale ซึ่งเป็นมาตรวัดชนิดประมาณค่าจากค่าน้อยที่สุดถึงค่ามากที่สุด (Cronbach, 1970) ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลที่ได้เก็บในครั้งนี้อยู่ โดยมีการให้ค่าคะแนนแบบ 7 ระดับ (Schuyler W. Huck & William H. Cormier, 1995) พบว่าค่า Alpha ของบรรจุกภัณฑ์สปูรูปแบบที่ 1 มีค่าเท่ากับ .945 บรรจุกภัณฑ์สปูรูปแบบที่ 2 มีค่าเท่ากับ .957 บรรจุกภัณฑ์สปูรูปแบบที่ 3 มีค่าเท่ากับ .936 บรรจุกภัณฑ์ฝารูปแบบที่ 1 มีค่าเท่ากับ .924 บรรจุกภัณฑ์ฝารูปแบบที่ 2 มีค่าเท่ากับ .931 บรรจุกภัณฑ์ฝารูปแบบที่ 3 มีค่าเท่ากับ .950 แต่เมื่อดูค่า Alpha โดยรวมแต่ละชนิด พบว่าค่า Alpha ของบรรจุกภัณฑ์สปู มีค่าเท่ากับ .923 ค่า Alpha ของบรรจุกภัณฑ์ฝามีค่าเท่ากับ .901 และ ค่า Alpha รวมทั้งหมดมีค่าเท่ากับ .943 ซึ่งเข้าใกล้ 1 จึงสรุปได้ว่าคุณภาพของเครื่องมือวิจัยซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นของข้อมูลสูง และแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละคนให้คะแนนได้สอดคล้องกัน (ตารางที่ 3.5)

ตารางที่ 3.5 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย

ลำดับ	ประเด็นทดสอบ	จำนวน ประเด็น การรับรู้	ค่าความเชื่อมั่น Reliability (α)		
			แยกรูปแบบ	รวมแต่ละ ชนิด	รวม ทั้งหมด
1	บรรจุภัณฑ์ สบู่รูปแบบที่ 1	8	.945		
2	บรรจุภัณฑ์ สบู่รูปแบบที่ 2	8	.957	.923	
3	บรรจุภัณฑ์ สบู่รูปแบบที่ 3	8	.936		
4	บรรจุภัณฑ์ผ้า รูปแบบที่ 1	8	.924		.943
5	บรรจุภัณฑ์ผ้า รูปแบบที่ 2	8	.931	.901	
6	บรรจุภัณฑ์ผ้า รูปแบบที่ 3	8	.950		

แบบประเมิน ความพึงพอใจการตัดสินใจซื้อในบรรจุภัณฑ์สบู่ น้ำมัน และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
 2. การศึกษา () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี () 2. ปริญญาตรี () 3. สูงกว่าปริญญาตรี
 3. อายุ.....ปี

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์สบู่ น้ำมัน

ลำดับ	กล่องสบู่ รูปแบบที่ 1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) - เห็นด้วยอย่างยิ่ง (7)						
		1	2	3	4	5	6	7
1	สื่อถึงสินค้าภายใน							
2	มีความแปลกใหม่							
3	พกพา / ถือหิ้วสะดวก							
4	ดูดีมีมูลค่า / มีราคา							
5	เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝาก / ของขวัญ							
6	มีความสวยงาม							
7	มีความน่าสนใจ							
8	คุ้มค่าน่าซื้อ							
ลำดับ	กล่องสบู่ รูปแบบที่ 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) - เห็นด้วยอย่างยิ่ง (7)						
		1	2	3	4	5	6	7
1	สื่อถึงสินค้าภายใน							
2	มีความแปลกใหม่							
3	พกพา / ถือหิ้วสะดวก							
4	ดูดีมีมูลค่า / มีราคา							
5	เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝาก / ของขวัญ							
6	มีความสวยงาม							
7	มีความน่าสนใจ							
8	คุ้มค่าน่าซื้อ							
ลำดับ	กล่องสบู่ รูปแบบที่ 3	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) - เห็นด้วยอย่างยิ่ง (7)						
		1	2	3	4	5	6	7
1	สื่อถึงสินค้าภายใน							
2	มีความแปลกใหม่							
3	พกพา / ถือหิ้วสะดวก							
4	ดูดีมีมูลค่า / มีราคา							
5	เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝาก / ของขวัญ							
6	มีความสวยงาม							
7	มีความน่าสนใจ							
8	คุ้มค่าน่าซื้อ							

ภาพที่ 3.31 ตัวอย่างแบบสอบถามของการศึกษาหลัก ตอนที่ 1 และ 2

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ผ้าทอ

ลำดับ	กล่องผ้า รูปแบบที่ 1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) - เห็นด้วยอย่างยิ่ง (7)						
		1	2	3	4	5	6	7
1	สีถึงสินค้าภายใน							
2	มีความแปลกใหม่							
3	พกพา / ถือหิ้วสะดวก							
4	ดูดีมีมูลค่า / มีราคา							
5	เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝาก / ของขวัญ							
6	มีความสวยงาม							
7	มีความน่าสนใจ							
8	คุ้มค่านำซื้อ							
ลำดับ	กล่องผ้า รูปแบบที่ 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) - เห็นด้วยอย่างยิ่ง (7)						
		1	2	3	4	5	6	7
1	สีถึงสินค้าภายใน							
2	มีความแปลกใหม่							
3	พกพา / ถือหิ้วสะดวก							
4	ดูดีมีมูลค่า / มีราคา							
5	เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝาก / ของขวัญ							
6	มีความสวยงาม							
7	มีความน่าสนใจ							
8	คุ้มค่านำซื้อ							
ลำดับ	กล่องผ้า รูปแบบที่ 3	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) - เห็นด้วยอย่างยิ่ง (7)						
		1	2	3	4	5	6	7
1	สีถึงสินค้าภายใน							
2	มีความแปลกใหม่							
3	พกพา / ถือหิ้วสะดวก							
4	ดูดีมีมูลค่า / มีราคา							
5	เหมาะที่จะซื้อเป็นของฝาก / ของขวัญ							
6	มีความสวยงาม							
7	มีความน่าสนใจ							
8	คุ้มค่านำซื้อ							

ภาพที่ 3.32 ตัวอย่างแบบสอบถามของการศึกษาหลัก ตอนที่ 3

3.4.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างจำนวน 230 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวกสบาย (Convenience หรือ Accidental Sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์ อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูล โดยเก็บข้อมูลในสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนรัชชประภาและบริเวณใกล้เคียง ข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปใช้ในการอธิบายปัจจัยทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจและการตัดสินใจซื้อ ด้วยการแจกแจงความถี่ หรือ Frequency และค่าเฉลี่ย หรือ Mean เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบหรือพัฒนาสินค้าให้ตรงต่อตามความต้องการของผู้บริโภค