

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ ในสังคมไทยนั้นก็ได้มีการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาบริโภค เช่น สัตว์ป่า พืช ผัก และผลไม้ต่างๆ ต่อมาได้มีการปรับปรุง คิดค้น และพัฒนาการบริโภคให้ดีขึ้น รู้จักการเก็บรักษาให้อาหารมีอายุในการรับประทานได้นานขึ้น และการถ่ายทอดให้กับลูกหลานสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคนจนกลายเป็นแบบแผนที่เรียกว่า “วัฒนธรรมการบริโภค” ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ปรุงแต่งอาหารและได้ทดลองปฏิบัติจนเกิดความชำนาญ และเป็นที่ยอมรับในรสชาติของผู้บริโภคอื่นๆ ในสังคมได้ ในหลายพื้นที่ที่มีภูมิปัญญาที่สามารถทำให้อาหารนั้นสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน เรียกว่า การถนอมอาหาร ซึ่งในแต่ละพื้นที่ก็必将มีความคล้ายคลึงกัน เช่น การดอง การตากแห้ง เป็นต้น

การถนอมอาหาร หมายถึง กระบวนการเก็บและรักษาอาหาร เพื่อชะลอการเน่าเสียของอาหาร หรือป้องกันโรคอาหารเป็นพิษ ในขณะที่ยังรักษาคุณค่าทางโภชนาการ สี สัน และกลิ่นให้คงอยู่ การถนอมอาหารมักจะเกี่ยวข้องกับ การยับยั้งการเติบโตของแบคทีเรีย เชื้อรา และจุลินทรีย์อื่นๆ และการหน่วงของปฏิกิริยาระหว่างไขมันกับออกซิเจนในอากาศ ซึ่งเป็นสาเหตุของการเน่าเสีย (Rancidity) ของอาหาร การถนอมอาหารนี้อาจรวมถึงการรักษาอายุตามธรรมชาติและสี สัน ของอาหารซึ่งเกิดจากการปรุงอาหาร เช่น การเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลของเนื้อแอปเปิลเมื่อสัมผัสกับอากาศ และการถนอมอาหารบางประเภทจำเป็นต้องปิดผนึกอาหารหลังจากที่ผ่านกระบวนการต่างๆ เพื่อป้องกันการเกิดปัจจัยของการเน่าเสีย ทำให้อาหารนั้นสามารถเก็บไว้ได้นานมากกว่าปกติ

กล้วยตากก็เช่นเดียวกัน เป็นการถนอมอาหารที่ง่าย และสามารถทำกันได้ในครัวเรือน เนื่องจากกล้วย เป็นพืชพื้นบ้านของไทยที่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในทุกยุคทุกสมัย เพราะทุกส่วนของกล้วยสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นอาหาร ขนม ของตกแต่ง กระถาง หรือภาชนะ อีกทั้งคนไทยยังรู้จักการแปรรูปกล้วยให้มีอายุในการเก็บรักษานานขึ้น โดยวิธีการตากนั่นเอง

แต่การเก็บรักษานั้น บางครั้งการถนอมอาหารเพียงอย่างเดียวคงไม่พอที่จะเก็บรักษาไว้ได้นานจำเป็นต้องพึ่งบรรจุภัณฑ์ หากกล่าวถึง บรรจุภัณฑ์ (Package) นั้น มีมานานกว่าหลายทศวรรษ ตั้งแต่ยุคหินที่มนุษย์ล่าสัตว์ได้ ก็จะใช้หนังสัตว์ หรือใบไม้ห่อหุ้มสัตว์ที่ล่า เพื่อป้องกันแมลง แดด และฝน แรกเริ่มที่มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มเล็กๆ และดำรงชีวิตง่ายๆ ด้วยการอาศัย

ผลิตผลจากการเพาะปลูก หรือการเลี้ยงสัตว์เพียงจำนวนไม่มาก มีการพึ่งพาอาศัยและติดต่อกันในกลุ่มใกล้เคียงเท่านั้น การเคลื่อนย้ายสิ่งของในการแลกเปลี่ยน ก็อาศัยภาชนะตามพื้นบ้านที่ใช้กัน แต่ต่อมาเมื่อการแลกเปลี่ยนขยายขอบเขตวงกว้างออกไปมากขึ้น บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ จึงเริ่มเข้ามามีบทบาท

เริ่มมีการคิดค้น และประดิษฐ์บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เพื่อสนองความต้องการในแต่ละกรณี เช่น การใช้ใบตองมาทำกระทง ห่อขนม การนำเอาเปลือกไม้มาสานทำ กระจาด ชะลอม ตะกร้า และอื่นๆ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เหล่านี้เป็นพื้นฐานมาจากการคิดค้นจากวิถีชีวิตธรรมชาติ และพัฒนามาเป็นบรรจุภัณฑ์ในยุคต่อมา

ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาและเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบบรรจุภัณฑ์มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าการใช้งานนั้นมิได้สำหรับการบรรจุและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากความก้าวหน้าของเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่ดีขึ้น รวมไปถึงความซับซ้อนของการค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุดในการเก็บรักษาและป้องกันไม่ให้เกิดผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหาย ระหว่างการขนส่งจากแหล่งผลิตจนถึงผู้บริโภค นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ยังใช้เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเคลื่อนที่ได้ แสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงถึงภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ ความคุ้มค่าต่อผู้บริโภค และความสามารถในการจูงใจผู้บริโภคในการเลือกซื้อ

บรรจุภัณฑ์ ถือได้ว่าเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ผลิตที่ต้องการบอกว่าคุณผลิตภัณฑ์นั้นคืออะไร แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์จะมีบทบาทแทนพนักงานขาย และมีความสำคัญมากขึ้นในฐานะตัวแสดงสินค้าที่ต้องการแสดงให้ผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคเห็นเนื้อในของสินค้า ด้วยการนำเสนอข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เทคนิคการออกแบบสมัยใหม่ให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคได้ การพัฒนากรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์จะต้องมี ความรู้ ความเข้าใจผสมกลมกลืนไปกับศิลปะ และการออกแบบลวดลายกราฟิก ด้วยเหตุนี้บรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญ เนื่องจากการแข่งขันด้านการตลาดเพิ่มความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคได้ปรับเปลี่ยนไปตามกาลเวลา และที่สำคัญบรรจุภัณฑ์ได้เข้ามามีบทบาทในการบ่งบอกถึงระดับสินค้าทางการตลาดและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์รวมถึงผู้ผลิตด้วย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ บางครั้งเราจะต้องคำนึงถึงราคาต้นทุนของผลิตภัณฑ์ ตลาดที่จะนำไปขาย และวัสดุที่ใช้บรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ หากบรรจุภัณฑ์มีราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ จะทำให้เกิดการขาดดุลทางการค้าได้ หรือบรรจุภัณฑ์มีสภาพที่แฉะ หรือดูไม่ดี จะส่งผลกระทบต่อผู้ซื้อของผู้บริโภค และภาพลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ กับผู้ผลิต

สุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์(2552) ได้กล่าวไว้ในงานวิจัย องค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า ว่า ระดับสินค้าทางการตลาดมีตั้งแต่ระดับล่างไปจนถึงระดับสูง ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีระดับทางการตลาดในระดับล่างนั้นไม่ยุ่งยากเท่าใดนัก เนื่องจากสินค้าในระดับล่างเป็นสินค้าที่มีต้นทุนค่อนข้างน้อย ทั้งต้นทุนของตัวสินค้าเอง และเงินทุนของการผลิตบรรจุภัณฑ์ เช่น เงินทุนของวัสดุที่นำมาใช้ขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ เงินทุนค่าออกแบบบรรจุภัณฑ์ เงินทุนการพิมพ์ เป็นต้น จึงทำให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีข้อจำกัดทางด้านวัสดุ การพิมพ์และเทคนิคการพิมพ์ โดยต้องคำนึงถึงราคาต้นทุนเป็นหลัก ซึ่งทำให้นักออกแบบทำงานได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น อีกทั้งการออกแบบเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่ตรงไปตรงมา ไม่มีความซับซ้อนมากนัก เช่น ต้องการให้ผู้บริโภคสะดุดตา ก็ใช้สีที่ฉูดฉาด โดดเด่น หรือต้องการให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความน่ารับประทานก็ใช้ภาพประกอบให้น่ารับประทาน ใช้ตัวหนังสือแสดงข้อความสื่อความหมายให้รู้สึกถึงความอร่อย น่ารับประทานโดยใช้ขนาดตัวอักษรที่ใหญ่ ดูโดดเด่น ชัดเจน สะดุดตา เป็นต้น

ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของกรมส่งเสริมการเกษตรที่ว่า อาชีพเกษตรกรถือเป็นอาชีพหลักของคนไทยมาตั้งแต่สมัยอดีตจนกระทั่งปัจจุบันประเทศไทยมีผลผลิตทางการเกษตรส่งออกไปยังต่างประเทศและนำ รายได้มหาศาลเข้าประเทศ แต่ฐานะของเกษตรกรไทยยังคงยากจนอยู่ถึงแม้กระทรวงเกษตรโดยกรมส่งเสริมการเกษตรจะทำ การช่วยเหลือ โดยพยายามให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างรายได้ เช่น กลุ่มสตรีพัฒนา กลุ่มเยาวชนเกษตรกร ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร” มีจำนวนถึง 14,000 กลุ่มทั่วประเทศไทย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2541) จับกลุ่มกันเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรออกจำหน่าย แต่ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จในการจำหน่าย

การวิเคราะห์ของกลุ่มเคหะกิจเกษตรกร (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2541) ถึงสาเหตุที่ทำให้อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ เกิดจากปัญหาด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคภายในประเทศ รวมทั้งยังขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ทำให้คนจดจำ ตราสินค้าได้

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้น บรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญ ทั้งด้านการปกป้อง และการสื่อสารกับผู้บริโภค ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้นั้น จึงเรื่องที่ยาก เพราะนอกจากจะต้องเข้าใจบรรจุภัณฑ์แล้วยังต้องเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจ เพื่อช่วยในการออกแบบที่มีผลสัมฤทธิ์มากที่สุด

จินตนา เพชรพงศ์ (2552) กล่าวในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวกล้องบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ

ข้าวกล้องบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเลือกซื้อข้าวกล้องบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อันได้แก่ ประโยชน์ผลิตภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ตรารีนค้า กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวกล้องบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวกล้องบรรจุถุงของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์กล้วยตาก บรรจุภัณฑ์ และปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กัน เพื่อนำไปสู่การออกแบบที่มีประสิทธิภาพ และเกิดความพึงพอใจทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค

ปัจจุบัน กล้วยตากนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นของฝากของที่ระลึกที่ได้รับความนิยมในท้องตลาด และยังมีการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ในมีความสวยงาม และการเก็บรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การออกแบบนั้นยังไม่มีควมน่าสนใจ จึงทำไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งผู้ประกอบการบางรายที่ทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แล้ว มีราคาสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก และทัศนคติที่ไม่ดีต่อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากกล้วยตากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีราคาสูงมากนัก และสามารถผลิตได้ง่ายในครัวเรือน

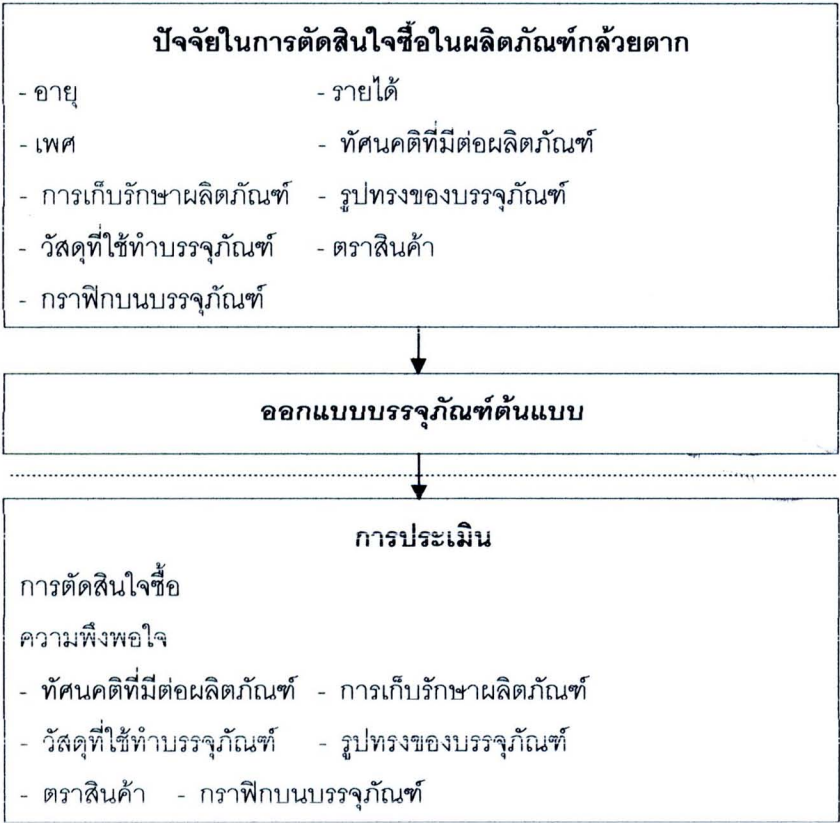
ดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลในสินค้าสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ประสิทธิภาพ และเกิดความพึงพอใจทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคนั้น จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์ อันเกิดจากการลองผิดลองถูก ทดลองเปรียบเทียบ ซึ่งนักออกแบบที่ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานนั้นสามารถทำได้ค่อนข้างยาก หรืออาจทำไม่ได้เลย ซึ่งนักออกแบบที่มีประสบการณ์มากๆ อาจทราบถึงรูปทรงและวัสดุที่ใช้ขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว หรือมีวิธีการ และเทคนิคส่วนตัวในการค้นหา และคัดเลือก รูปทรงกับวัสดุที่นำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์ จากความชำนาญและประสบการณ์ นำไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจ และเกิดความพึงพอใจทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะทำวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยตาก สำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสนใจ มีประสิทธิภาพ และเกิดความพึงพอใจทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก
- 2. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก จังหวัดพิษณุโลก
- 3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตากรูปแบบเดิม กับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตากรูปแบบใหม่

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



สมมติฐานของการวิจัย

- 1. อายุ เพศ รายได้ ทักษะการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากผู้บริโภค
- 2. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตากรูปแบบใหม่สูงกว่าบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตากรูปแบบเดิม

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้จะเน้นการศึกษาปัจจัยทางด้านบรรจภัณฑ์ ที่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยครั้งนี้จะมีขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ อยู่ที่จังหวัดพิษณุโลก บริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร (วัดใหญ่) เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีผู้คนจากต่างสถานที่เดินทางมาท่องเที่ยว เยี่ยมชมวัด และภายในวัดมีบริเวณสำหรับการซื้อสินค้าต่างๆ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.1.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics)

2.1.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ (buyer decision process)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจภัณฑ์

2.2.1 โครงสร้างบรรจภัณฑ์

- 1) วัสดุที่ใช้ทำบรรจภัณฑ์
- 2) รูปทรงของบรรจภัณฑ์
- 3) การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

2.2.2 กราฟิกบนบรรจภัณฑ์

- 1) ตราสินค้า
- 2) กราฟิกบนบรรจภัณฑ์

2.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

- 1) วัน เดือน ปี
- 2) ข้อมูลโภชนาการ
- 3) ประโยชน์ และการเก็บรักษา

2.3 สินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยตาก

ในงานวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ กล้วยตาก เนื่องจากกล้วยตากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตง่าย และสามารถผลิตได้ในครัวเรือน อีกทั้งยังสามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่เพิ่มขึ้นได้ ซึ่งในปัจจุบันกล้วยตากก็ได้มีการทำบรรจภัณฑ์หลากหลายรูปแบบที่มีความน่าสนใจในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักท่องเที่ยวบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร (วัดใหญ่) จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 500 คนต่อสัปดาห์

กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว จำนวน 222 คน โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (accidental sampling) ในสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมของการท่องเที่ยวและซื้อสินค้า คือ วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร (วัดใหญ่) จังหวัดพิษณุโลก ของ Yamane (1973)

ช่วงพัฒนาและเก็บข้อมูล เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องของการตัดสินใจซื้อกล้วยตาก เพื่อนำไปออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตัวแปรต้น

1. ปัจจัยทางด้านการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

- 1.1 อายุ
- 1.2 เพศ
- 1.3 รายได้
- 1.4 ทักษะที่มีต่อผลิตภัณฑ์

2. ปัจจัยทางด้านบรรจุภัณฑ์

- 2.1 การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
- 2.2 รูปทรงของบรรจุภัณฑ์
- 2.3 วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์
- 2.4 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- 2.5 ตราสินค้า

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค

ช่วงทดสอบ และวิเคราะห์ข้อมูล คือหลังจากการการศึกษาปัจจัยแล้วทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ จากนั้นเปรียบเทียบพึงพอใจของผู้บริโภคในบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ และรูปแบบเก่า

ตัวแปรต้น คือ บรรจุภัณฑ์กล้วยตาก (บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 2)

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่

คำสำคัญหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ในการจัดทำโครงการวิจัยครั้งนี้ ทางผู้จัดทำโครงการวิจัยได้มีนิยามศัพท์ซึ่งเกี่ยวข้องกับโครงการวิจัย การศึกษาผลสัมฤทธิ์ด้านการตัดสินใจซื้อในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูป ตามหลักทฤษฎีการรับรู้และการตัดสินใจ ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ หมายถึง สิ่งที่เป็นการกระตุ้นความต้องการทั้งภายในและภายนอกของผู้บริโภค แต่ในงานวิจัยครั้งนี้จะเน้นที่บรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก หมายถึง กล้วยที่นำไปทำการแปรรูปด้วยวิธีการถนอมอาหารด้วยวิธีการอบหรือ การตาก มีรสหวาน

บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ หมายถึง รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีการพัฒนาเพื่อเป็นต้นแบบในการผลิต แต่ยังไม่ได้วางขาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์กล้วยตาก จังหวัดพิษณุโลก
2. ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์กล้วยตาก จังหวัดพิษณุโลก รูปแบบใหม่
3. เปรียบเทียบความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตากรูปแบบเดิมกับผลิตภัณฑ์กล้วยตากรูปแบบใหม่