

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- โกสุม สายใจ. (2536). **สีและการใช้สี**. กรุงเทพฯ: กุล พรินติ้ง.
- จิตรภัทร จึ้งอยู่สุข. (2543). **การศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วม ทักษะคิด การตัดสินใจซื้อ ความรักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จินตนา เพชรพงศ์. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวกล้องบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- จิตติกร สายสุดตา. (2549). **การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของประกอบธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านทำกล้วยตาก บ้านท่ากกทัน ตำบลเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี**. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- นภสร ลิ้มไชยวัฒน์. (2545). **ประสิทธิผลของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภสร ลิ้มไชยวัฒน์. (2545). **ประสิทธิผลของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ. (2531). **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. กรุงเทพฯ: หิเโฮง.
- มณฑกกาญจน์ วิจิตรสกุล. (2552). **ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคนมเปรี้ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- รุ่งนภา หล่อเย็นง. (2546). **การเปรียบเทียบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวของไทยและญี่ปุ่น ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษา**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกัลลัณบุรี
- ศุภรัก สุวรรณวัจน์. (2543). **การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าสะดวกซื้อ: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภชัยรังสี. (12 มกราคม 2553). **กล้วยตากฉายรังสี Dried Banana with Honey**. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2554, จาก <http://www.tint.or.th/nkc/nkc51/nkc5104.html>
- สุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์. (2552). **องค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร

- อรรถัย อรรถโชติ, รัตนภรณ์ ยิ่งยติ, ดาราวรรณ ทักสิน, ปนัดดา แซ่เตีย, สุวณีย์ วัชรอำไพวัฒน์, พรพิมล เอี่ยมผ่อง และคณะ. (2549). **ปัจจัยในการเลือกซื้อและบริโภคไม้บ้านตะนาวศรี (ไม้เพื่อสุขภาพ) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
- อรสา จิริภิญโญ. (2535). **ข้อคิดในการออกแบบลักษณะ กราฟิคบนภาชนะบรรจุ Packaging; A Tool for Marketing Consumer Goods for Export**. กรุงเทพฯ: ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย.
- อัญญา สุศรีวรพฤติ. (2545). **การรับรู้ในตำแหน่งตราสินค้า ทศนคติ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2541). **การออกแบบตราสัญลักษณ์** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2541). **เรขศิลป์ 1**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Channa Leichtling. (2002). **How Color Affects Marketing**. Newyork: Turro college.
- Daniel Aeschbacher. (2010). **Design management enables companies to develop new business dimensions thatdrive a comprehensive approach towards sustainable packaging**. German: Lucerne University of Applied Sciences and Arts.
- Engel, J.F, Blackwell R.D. and Miniard, P .W. (1993). **Consumer behavior** (7thed.). Fort Worth, TX: Dryden Press.
- Fitzsimons,G.J and Morwitz,V.G. (1996). The effect of measuring intend on brand level purchase behavior. **Journal of Consumer Research**, 1(11), 23
- Hawkins, D.J., Best, R.J., and Coney, K.A. (1998). **Consumer behavior: Building marketing strategy** (7th ed.). Boston, Ma: McGraw- Hill.
- Julien, Behaeghel. (1991). **Brand Packaging**. London: Architecture Design and Technology Press.
- Kotler,P. (2000). **Marketing management** (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Peter,J.P. and Olson J.C. (1990). **Consumer behavior and marketing strategy**. Homewood, IL:irwin.

- Regina W.Y. Wang and Wen-Chun Chen. (2007). **The study on packaging illustration affect on buying emotion**. Taipei Taiwan: Graduate School of Design, National Taiwan University of Science and Technology
- Schiffman , L.G. and Kanuk , L.L. (1997). **Consumer behavior** (6th ed.). Englelement Cliffs, NJ : Prentice-Hall

ภาคผนวก

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามตามโดยใช้เครื่องหมาย / ตรงหัวข้อที่ต้องการเลือกเพียงข้อเดียว

1. เพศ ☐ 1.ชาย ☐ 2.หญิง
2. อายุ ☐ 18-24 ปี ☐ 25-30 ปี
 ☐ 31-35 ปี ☐ 36-40 ปี
 ☐ 41-45 ปี ☐ อื่นๆ (ระบุ) ปี
3. รายได้ของท่าน
 ☐ 5,000-10,000 บาท/เดือน ☐ 10,001-15,000 บาท/เดือน
 ☐ 15,001- 20,000บาท/เดือน ☐ 20,001-25,000บาท/เดือน
 ☐ 25,001-30,000บาท/เดือน ☐ 30,000 บาท/เดือนหรือมากกว่า
4. ความถี่ในการซื้อกล้วยตากในระยะเวลา 1 เดือน
 ☐ ไม่เคยซื้อ ☐ 1 ครั้ง ☐ 2 – 4 ครั้ง ☐ 5 – 7 ครั้ง ☐ มากกว่า 7 ครั้ง
 (ระบุ).....
5. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้วยตากของท่านเพราะเหตุใด (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 ☐ ติดใจในรสชาติ ☐ บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม
 ☐ เป็นของกินเล่น ☐ ซื้อเพื่อเป็นของฝาก
 ☐ อื่นๆ (ระบุ).....
6. ยี่ห้อ หรือตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านหรือไม่
 ☐ ใช่ (ท่านเลือกซื้อของยี่ห้อใด.....)
 ☐ ไม่ใช่
 ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามตาม ความเป็นจริง โดยใส่เครื่องหมาย / ตรงหัวข้อที่ต้องการเลือกเพียงข้อเดียว

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์					
กล้วยตากต้องสะอาด และรสชาติดี					
กล้วยตากต้องแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น					
ผลิตภัณฑ์ต้องมีความน่าสนใจ					
การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์					
บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน					
บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมิดชิด ดูปลอดภัย					
บรรจุภัณฑ์มีความทนทานต่อสภาพแวดล้อม เช่น โดนฝน หรือโดนแดด					
วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์					
กล่องพลาสติก					
กล่องกระดาษ ข้างในบรรจุแยกใส่ถุงที่ละชิ้น					
ถุงพลาสติก					
บรรจุถุงใหญ่ ผลิตภัณฑ์บรรจุแยกที่ละถุง					

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
รูปทรงของบรรจุภัณฑ์					
บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่จับง่าย กระชับมือ					
บรรจุภัณฑ์สามารถเปิด – ปิดได้ หลังจากการใช้งานแล้ว					
บรรจุภัณฑ์สามารถมองเห็น ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ข้างใน					
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม น่าสนใจ					
บรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมกับ จำนวนผลิตภัณฑ์					
กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์					
สีของบรรจุภัณฑ์ต้องเป็นสีที่สะดุด ตา					
ลวดลายกราฟิกควรมีรูปแบบที่ ทันสมัย					
ภาพประกอบที่นำมาใช้ควรใช้ภาพ จริง					
กราฟิกควรมีเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่น					
มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อย่าง ครบถ้วน					
ตราสินค้า					
ตราสินค้าควรจะได้เห็นได้ชัดเจน					
ตราสินค้าควรมีลักษณะที่ทันสมัย					

ข้อเสนอแนะ



ภาพ 13 ศึกษาพื้นที่



ภาพ 13 (ต่อ)



ภาพ 14 การจัดเรียงผลิตภัณฑ์



น้ำตกแก่งซอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติทุ่งหลวง

ถ้ำน้ำตกแก่งซอง ตั้งอยู่ใกล้แก่งซอง มีทางหลวงหมายเลข 12 หรือถนน กม. 45 จากตัวเมืองสุพรรณบุรีมาทางทิศใต้ประมาณ 12 กิโลเมตร มีน้ำตกที่สวยงามในลักษณะเป็นสายน้ำตกที่สวยงาม น้ำตกแก่งซอง มีน้ำไหลตลอดทั้งปี มีลักษณะเป็นน้ำตกที่สวยงาม น้ำตกแก่งซอง มีร้านอาหาร ร้านค้าและบริการรถเช่าไว้บริการนักท่องเที่ยว



วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร (วัดใหญ่)

พระอารามหลวงชั้นเอก เป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปประธาน พระพุทธรูปที่สวยงามที่สุดในประเทศ นอกจากนี้ภายในวัดยังมี โบราณสถาน และโบราณวัตถุที่ทรงคุณค่า วัตถุโบราณและศึกษา อีกมากมาย

ภาพ 15 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวด้านหลัง



ภาพ 16 ภาพคลี่ และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับคำแนะนำ

ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล

สฤณี น้ำใจเพชร

วัน เดือน ปี เกิด

4 มิถุนายน 2530

ที่อยู่ปัจจุบัน

410/1 ตำบลแม่ต๋ำ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552

ศป.บ. (ออกแบบบรรจุภัณฑ์) มหาวิทยาลัยนเรศวร

