

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



250020

การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก

สฤณี น้ำใจเพชร

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ
พฤษภาคม 2555
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

600254710

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



250020

การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก



สฤณี น้ำใจเพชร

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ

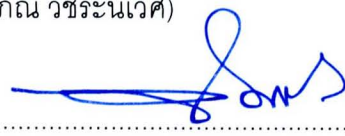
พฤษภาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก” ของ สถุชาติ น้ำใจเพชร เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

..... ประธาน

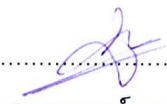
(ดร.ภณ วชิระนิเวศ)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.จิรวัดน์ พิระสันต์)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สูดสังข์)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ)

อนุมัติ



.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๕

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร. จีรวัดณ์ พิระสันต์ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้อุดหนุนให้ค่ามาเป็นค่าที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณ คณะกรรมการวิทยานิพนธ์อันประกอบไปด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุตสังข์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.ภณ วชิระนิเวศ กรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณ นางกันยารัตน์ พักเงิน เจ้าของกิจการกล้วยตากสุภาภรณ์ เป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ในการทำวิจัย ขอขอบพระคุณผู้ปกครองที่เฝ้าระวังมาวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหารทุกท่านที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยเป็นอย่างดีในการเข้าไปทำวิจัยและเก็บข้อมูล ขอขอบพระคุณ

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยตากและผู้สนใจบ้างไม่มากก็น้อย

สฤณี น้ำใจเพชร

ชื่อเรื่อง	การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก
ผู้วิจัย	ศุภชัย น้ำใจเพชร
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.จิรวรรณ พิระสันต์
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศป.ม. (ศิลปะและการออกแบบ) มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2554
คำสำคัญ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก บรรจุภัณฑ์ ต้นแบบ

บทคัดย่อ

250020

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก 2) เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก 3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยตากรูปแบบเดิมกับผลิตภัณฑ์กล้วยตากรูปแบบใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร (วัดใหญ่) จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 222 คน เครื่องมือที่ใช้เป็น แบบสอบถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบเก่า และรูปแบบใหม่

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ด้านบรรจุภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่คือ การเก็บรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีส่วนร่วมกับความแปรปรวนและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยทั้ง 3 มีส่วนร่วมเท่ากับ 16 % ($R^2 = 0.160$) สามารถเขียนสมการทำนายได้ดังนี้ ในรูปคะแนนดิบ $\hat{Y} = .282 + .573 + -.712$ และในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้แก่ $\hat{Z} = .227 + .436 + -.608$

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบโดยใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมาผนวกกับหลักการการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แนวคิดที่นำเอาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมารวมกับการออกแบบที่ดูมีความทันสมัย และคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ ใช้โทนสีเหลือง ตราสัญลักษณ์มีรูป

ใบตองที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมาจากกล้วย ใช้ตัวอักษรที่มาความเป็นไทย ภาพประกอบที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เป็นภาพถ่ายจริง อีกทั้งยังคำนึงถึงต้นทุนการผลิตที่เหมาะสมกับราคาผลิตภัณฑ์

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคในบรรจุภัณฑ์รูปแบบเก่า และรูปแบบใหม่นั้น พบว่าความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ รูปแบบเก่า และรูปแบบใหม่ โดยภาพรวมมีความแตกต่างของปัจจัย โดยที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบใหม่มากกว่ารูปแบบเดิม

Title	THE STUDY OF FACTORS IN PURCHASING DECISIONS OF CONSUMERS TO DEVELOP PACKAGING FOR DRIED BANANA PRODUCT
Author	Sarid Namjaipet
Adviser	Associate Professor Jirawat Pirasant, Ph.D.
Co – Advisor	Associate Professor Nirat Soodsung, Ph.D.
Academic Paper	Thesis M.F.A. in Art and Design, Nareasuan University, 2011
Keywords	Factors that influence purchase decisions, Dried banana products, Original packaging

ABSTRACT

250020

This study aims 1) to examine factors in purchasing decisions of consumers on packaging, products, dried banana, 2) to develop packaging products, dried banana, 3) to compare the quality of packaging products, bananas, dried form. The dried banana product packaging with the new format.

The sample used in this research area is the Wat Phra Sri Ratana Mahathat (Wat Yai) in Phitsanulok province, 222 people used. The factors associated with the product dried banana. The data were analyzed. By frequency, percentage, mean and standard deviation. Pearson correlation and multiple regressions (Multiple Regression) of consumers were satisfied with the old-style packaging. And a new form.

The study concluded that Factors affecting the decision to buy dried banana. The packaging statistically significant, including the storage of the product brand and graphics on the packaging. Contribute to the variability and influence buying decisions, consumer products, dried banana statistically significant. The three factors are equal to 16% ($R^2 = 0.160$) prediction equation can be written as follows. The raw score = $.282 + .573 + -.712 = .227$, and standard scores were $0.436 + - 0.608$.

Packaging design, prototype, using a combination of factors in the decision to design the packaging. The idea to bring a unique combination of local designs with a

modern look. And taking into account the ease of use of the package. The color yellow. A banana logo on the products made from bananas. The letter to the Thai. The illustration on the packaging is an actual photograph. They also take into account the cost of production for money products.

Comparison of consumer satisfaction in the old packaging and the new format. Find satisfaction in old-style packaging and a new form. Overall, there is a difference of a factor. The consumer satisfaction in the new format than the original model.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิด.....	5
สมมติฐานงานวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	9
ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics).....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ (Purchase decisions).....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจุกภัณฑ์.....	27
บรรจุกภัณฑ์ หน้า ที่ และ ความสำคัญ.....	27
การออกแบบบรรจุกภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ.....	34
กฎหมายที่เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุกภัณฑ์.....	57
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กล้วยตาก.....	61
การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร.....	61
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	71
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	74
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	74
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	74
เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ.....	75

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	76
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
4 ผลการวิจัย.....	79
ส่วนที่ 1 ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก.....	79
ส่วนที่ 2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	87
ส่วนที่ 3 ทดสอบ และวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์.....	95
5 บทสรุป.....	99
สรุปผลการวิจัย.....	99
อภิปรายผลการวิจัย.....	100
ข้อเสนอแนะ.....	102
บรรณานุกรม.....	103
ภาคผนวก.....	107
ประวัติผู้วิจัย.....	118

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์.....	28
2 แสดงการแยกประเภทของบรรจุภัณฑ์.....	32
3 แสดงการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์กล้วยตากที่มีอยู่ในท้องตลาด.....	65
4 แสดงตารางแสดงสถานภาพของผู้ตอบ.....	79
5 แสดงตารางแสดงความถี่ร้อยละข้อมูลเบื้องต้นจำแนกความถี่ในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์กล้วยตากต่อเนื่อง.....	80
6 แสดงตารางแสดงความถี่ร้อยละข้อมูลเบื้องต้นจำแนกตามปัจจัยในการเลือกซื้อ...	81
7 แสดงตารางแสดงความถี่ร้อยละข้อมูลเบื้องต้นจำแนกตามตราสินค้าที่ส่งผลต่อ การเลือกซื้อ.....	81
8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ในด้านบรรจุภัณฑ์.....	82
9 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ กับการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก.....	85
10 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ด้านบรรจุภัณฑ์.....	86
11 แสดงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากที่เกี่ยวข้องทางตรงและ ทางอ้อมกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	88
12 แสดงส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ กล้วยตาก.....	89
13 แสดงผลการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กล้วยตาก.....	90
14 แสดงตารางแสดงสถานภาพผู้ประเมิน.....	96
15 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์เก่า และใหม่.....	97

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อลักษณะของผู้ซื้อ.....	15
2 แบบจำลองอย่างง่ายของพฤติกรรมผู้บริโภค (The Simple model of consumer behavior).....	18
3 แบบจำลองการตัดสินใจซื้อ (Five stage model of the consumer buying process).....	19
4 แบบจำลองการตัดสินใจที่แตกต่างกันตามระดับความเกี่ยวพัน (Involvement and Types of Decision Making).....	22
5 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค 4 ประการ (Four types of consumer behavior)...	24
6 แบบร่างตราสินค้า.....	92
7 แบบร่างกราฟิก.....	93
8 ตราสินค้า.....	94
9 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	94
10 บรรจุภัณฑ์ก๊อปปี้ตากร ตราสุภาภรณ์ (แบบใหม่).....	94
11 ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์ก๊อปปี้ตากร ตราสุภาภรณ์ รูปแบบใหม่.....	95
12 บรรจุภัณฑ์ก๊อปปี้ตากร ตราสุภาภรณ์ (แบบเก่า และรูปแบบใหม่).....	95
13 ศึกษาพื้นที่.....	114
14 การจัดเรียงผลิตภัณฑ์.....	116
15 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวด้านหลัง.....	116
16 ภาพคลี่ และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับคำแนะนำ.....	117