



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ  
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑  
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม“  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,  
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society  
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559  
ณ โรงแรมสีมารानी นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
กระทรวงอุตสาหกรรม  
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา  
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,

Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)

4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรารัตน์วันชัย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภสวัสดิ์
6. ดร.ยงยุทธ สงวนชม

- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอิสาน
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอิสาน
- มหาวิทยาลัยบูรพา
- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มรีว
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร
7. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
- มหาวิทยาลัยศิลปากร
- มหาวิทยาลัยศิลปากร
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มหาวิทยาลัยหอการค้า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- |   |   |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล        | ข้าราชการบำนาญ                                      |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ                   | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 10. รองศาสตราจารย์ นียดา สวัสดิพงษ์               | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 11. รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวิน           | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม                 | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา                   |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์         | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก        | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิธาร์ ธนารักษ์      | มหาวิทยาลัยนเรศวร                                   |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิตีมา พลับปลิง         | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับปลิง        | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี       | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสินี บุญมีศรีสง่า    | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทรงพร หาญสันติ             | มหาวิทยาลัยเกษตร                                    |
| 23. อาจารย์ ดร.วรรณพร อารยะพันธ์                  | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่                                |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์            | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพโรจิตร                     | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ                    | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ                     | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวิณ นราเมธกุล                     | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ่มเวชฉาย         | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสสถิต                | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ                      | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์                | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา               | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด                | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฎ์ มณีโชติ                    | มหาวิทยาลัยนเรศวร                                   |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์               | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า                           |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม                    | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช                      |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์          | มหาวิทยาลัยแม่โจ้                                   |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง                         | บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา                                | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ                         |
| 41. ดร.บูรณิน รัตนสมบัติ                          | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)                           |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา                                 | บริษัท อ่าพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด                 |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฬารกิจไพบูลย์                  | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด                   |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

### ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

#### กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- |  |                           |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลีอมงคล   | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดี                       | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ              | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

#### หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิชิตร์ ศิริรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

## การรับรู้และแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของข้าวตังสุคันธา ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

### ANALYZED OF PERCEPTION AND GUIDANCE FOR PACKAGING DESIGN OF THE RICE CRACKER SUKANTA BY STUDENT OF SILPARKONE UNIVERSITY PHETCHABURI IT CAMPUS

ชุตีพงศ์ นิจดลฤดี \* ธนพัฒน์ อินทวิ \*\*

Chutipong Nitdonruedi<sup>1</sup> Tanapat Intawee<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ข้าวตังสุคันธจากบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนหาแนวทางทางในการแก้ปัญหาและพัฒนาตัวบรรจุภัณฑ์ โดยวิธีวิจัยที่ใช้ในการทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ วิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยนี้คือนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 20 คน โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเอาตามสะดวก ใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เป็นเพศชายและเพศหญิงอย่างละเท่าๆกัน ทั้งหมดอยู่ในสถานภาพโสด และกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ในขณะที่การรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ข้าวตังสุคันธจากบรรจุภัณฑ์ พบว่าด้านบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านของขนาดที่พกพาสะดวก และสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน ในส่วนของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ไม่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ทำให้ดูสิ้นไปกับสินค้าชนิดอื่นที่วางขายไว้ด้วยกัน หรือเข้าใจผิดไปว่าเป็นสินค้าอีกชนิดหนึ่งไป แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ควรเพิ่มขนาดของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตรงกับจุดประสงค์ที่ผู้ซื้อต้องการมากยิ่งขึ้น มีการปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ การตกแต่ง การเล่นสีสันทันของบรรจุภัณฑ์ให้แตกต่างกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชนิดอื่นที่มีความคล้ายกัน

คำสำคัญ: การรับรู้บรรจุภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

\* นักศึกษาด้านการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*\* อาจารย์ประจำสาขา การจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

**Abstract**

The research aim to analysis perception guidance for packaging design of the rice cracker sukanta of the Students in Silpakorn University Phetchaburi IT campus. The purpose is to analyze the knowledge of consumers towards the product rice crust sukanta from packaging. As well as find ways to solve the problems and develop the packaging. this study was conducted by way qualitative research. The population in this research is Students in Silpakorn University Phetchaburi IT campus. The sample set consisted of 20 people divided into 5 groups. Sampling method according to a convenient. Using interviews as to collect data.

The results indicated that The samples used in the interview, the male and female are equal. All in a single, And studying at the undergraduate level. While knowledge of consumer products. rice crust sukanta from packaging. Found that the packaging are appropriate products In terms of size, easy to carry and can be preserved for longer. On the part of packaging. There is no identity of its own make merged with other product placed for sale together or this wrong as another type of product. The development package Should increase the size of its product diversity. Straight to the point where consumers want more. A modified form of colorful decorative packaging to differentiate the packaging of other products that are very similar.

**Key words:** perception packaging, packaging development



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

บทนำ

ประเทศไทยได้มีการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรมซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมให้ประชาชนมีการพัฒนาความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น โดยเฉพาะในชุมชน การสนับสนุนให้แต่ละชุมชน มีการรวมกลุ่มในลักษณะของ "กลุ่มอาชีพ" และส่งเสริมให้มีการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าหรือบริการเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,2555)

จังหวัดเพชรบุรีได้ดำเนินการตามนโยบายของประเทศโดยดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ซึ่งส่งเสริมให้ทุกคนสามารถแสดงออกทางความคิดอย่างสร้างสรรค์เพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของชุมชนในการจัดการปัญหาของชุมชนด้วยตนเองสนับสนุนการรวมกลุ่มอาชีพที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ส่งเสริมให้ภาคเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นพลังร่วมในการพัฒนาสังคมส่งเสริมบทบาทสตรีในระดับการบริหารและการตัดสินใจทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติ,2557) โดยเฉพาะในส่วนของแผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรีพ.ศ. 2554-2557 ได้มีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาออกเป็น4ประเด็นซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาประเด็นที่ 4 มุ่งเน้นเรื่องการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้สร้างความเข้มแข็งของชุมชนกลุ่มและประชาชนให้มีคุณภาพบนพื้นฐานความรู้คู่คุณธรรมภายใต้เป้าประสงค์ 5 เป้าประสงค์ดังนี้

- 1.สร้างเสริมความเข้มแข็งของครอบครัวและชุมชนและพัฒนาเครือข่ายชุมชน
- 2.สร้างเสริมจิตสำนึกและค่านิยมที่ดีงามแก่เด็กและเยาวชน
- 3.ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP และ SMEs
- 4.สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้และยกระดับคุณภาพด้านการศึกษาทั้งในและนอกระบบรวมทั้งการศึกษาตามอัธยาศัย
- 5.พัฒนาสังคมบนพื้นฐานความรู้คู่คุณธรรมเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

จากการดำเนินงานตามนโยบายดังกล่าวส่งผลให้จังหวัดเพชรบุรีมีการรวมกลุ่มในรูปแบบของกลุ่มอาชีพที่ลงทะเบียนเป็นผู้ผลิตและผู้ประกอบการOTOP ของจังหวัดเพชรบุรีในปี 2555 จำนวนกว่า 245 ราย (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี,2556) โดยสามารถจำแนกประเภทของกลุ่มอาชีพตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้ตามกลุ่มอาชีพ แต่ละกลุ่มล้วนแล้วแต่มีการดำเนินงานในรูปแบบที่หลากหลาย



และมีระดับของความสำเร็จในการรวมกลุ่มที่แตกต่างกัน

ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ส่งผลให้ผู้วิจัยได้มีการนำประเด็นหรือปัญหาจากการสังเกตและนำสิ่งที่เรียนรู้มาใช้ในการต่อยอดเพื่อบูรณาการสู่การวิจัยเรื่อง "วิเคราะห์การรับรู้และแนวทางในการเลือกซื้อข้าวตังสุคันธจากบรรจุภัณฑ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสระสนเทศเพชรบุรี" เพื่อที่จะได้ทราบถึงการรับรู้และแนวทางที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าจากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไว้โดยผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนต่อยอดงานวิจัยให้เกิดประโยชน์ทั้งในรูปแบบของการเป็นที่ปรึกษาการให้คำแนะนำหรือนำองค์ความรู้กลับไปให้บริการวิชาการแก่กลุ่มอื่นๆหรือนำเสนอข้อมูลต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันจะเป็นการยกระดับและพัฒนาศักยภาพของกลุ่มอาชีพของจังหวัดเพชรบุรีต่อไป

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหาการรับรู้ของการเลือกซื้อข้าวตังสุคันธจากบรรจุภัณฑ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสระสนเทศเพชรบุรี

2. เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยในอดีตหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง "วิเคราะห์การรับรู้และแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของข้าวตังสุคันธ

ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสระสนเทศเพชรบุรี" ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### 1.ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือพฤติกรรมบริโภคที่ผู้บริโภคทำการค้นหาการคิดการซื้อการประเมินผลในสินค้าและบริการซึ่งคาดว่าจะตอบสนองของความต้องการของเขา (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,2555) หรือหมายถึงการศึกษาฟังก์ชันตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าโดยพฤติกรรมผู้บริโภคแบ่งได้เป็น 3 ส่วนคือ

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) แบ่งออกเป็นสิ่งกระตุ้นจากภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยา(อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดแบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้าน





ช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด หรือที่รู้จักกันในชื่อ 4P

1.2. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้แบ่งออกเป็น 1. ทางเศรษฐกิจ 2. ทางเทคโนโลยี 3. ทางกฎหมายและการเมือง 4. ทางวัฒนธรรม

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านด้านร้านค้า ด้านการซื้อ

## 2. ทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆ

จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จากสภาพแวดล้อมและความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้นๆ การรับรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วยประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิต คือความรู้เดิม ความต้องการ และเจตคติ เป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการสามด้าน คือการรับสัมผัสการแปลความหมายและอารมณ์

การรับรู้ หมายถึง การรู้สึกสัมผัสที่ได้รับ การตีความให้เกิดความหมายแล้ว เช่นในขณะนี้เราอยู่ในภาวะการรู้สึก (Conscious) คือลืมตาตื่นอยู่ในทันใดนั้น เราได้ยินเสียงดังปังมาแต่ไกล (การรู้สึกสัมผัส-Sensation) แต่เราไม่มีความหมายคือไม่รู้ว่าเป็นเสียงอะไร เราจึงยังไม่เกิดการรับรู้ แต่ครู่ต่อมามีคนบอกว่าเป็นเสียงระเบิด ของยาง รถยนต์ เราจึงเกิดการรู้ความหมายของการรู้สึกสัมผัสนั้น ดังนี้เรียกว่าเราเกิดการรับรู้

การรับรู้เป็นผลเนื่องมาจากการที่มนุษย์ใช้อวัยวะรับสัมผัส (Sensory motor) ซึ่งเรียกว่าเครื่องรับ (Sensory) ทั้ง 5 ชนิด คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง

## 3. ทฤษฎีพฤติกรรมการซื้อ

ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการซื้อแบบไหนนั้น ขึ้นอยู่กับระดับความเสี่ยงและการมีส่วนร่วมได้ ส่วนเสียที่มีต่อสินค้า และระดับความแตกต่างระหว่างยี่ห้อสินค้า ว่ามีมากหรือน้อยเพียงใด



พฤติกรรมกรรมการซื้อแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ(อรชร มณีสงฆ์,2557)

1.พฤติกรรมกรรมการซื้อแบบปกติเป็นนิสัย เป็นพฤติกรรมกรรมการซื้อที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าที่มีความเสี่ยงน้อยและไม่มีข้อแตกต่างระหว่างยี่ห้อมากนักหรือไม่ถือเป็นเรื่องสำคัญ ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่มีราคาต่อหน่วยต่ำ มีวางขายทั่วไป และรู้ว่าสินค้าประเภทเดียวกันให้เลือก แต่ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญ ได้แก่ สินค้าสะดวกซื้อทั้งหลาย เช่น สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก เป็นต้น

2.พฤติกรรมกรรมการซื้อแบบลดความกังวลใจ เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าที่มีความเสี่ยงหรือส่วนได้ส่วนเสียมาก ผู้บริโภคมีความรู้ดีเกี่ยวกับสินค้า รู้แม้ว่าจะมีให้เลือกมากมาย แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความแตกต่างมากนัก เพราะเชื่อว่าที่ราคาใกล้เคียงกันสินค้าน่าจะมีคุณภาพเหมือนกัน ส่วนมากมักเป็นสินค้าน่าราคาสูง ซื้อเป็นครั้งคราว เช่น พรหมปูพื้น

3.พฤติกรรมกรรมการซื้อแบบซับซ้อน เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าที่มีความเสี่ยงหรือส่วนได้ส่วนเสียสูง และมีความแตกต่างระหว่างยี่ห้ออย่างเห็นได้ชัด มักเป็นสินค้าน่าราคาสูง ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าน้อย ซื้อไม่บ่อย บางอย่างอาจซื้อครั้งเดียวในชีวิต เช่น บ้านรถยนต์ ในกรณีอย่างนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมมากมาย เปรียบเทียบยี่ห้อ รุ่น คุณภาพ

ราคา สัมผัสเพื่อทดสอบให้แน่เสียก่อน และใช้เวลาตัดสินใจลงมือซื้อ

4.พฤติกรรมกรรมการซื้อแบบแสวงหาความหลากหลาย เกิดขึ้นในกรณีผู้บริโภคซื้อสินค้าที่มีความเสี่ยง ส่วนได้ส่วนเสีย น้อยแต่ยังให้ความสำคัญกับยี่ห้อสินค้า รู้ว่าสินค้าแต่ละยี่ห้อคุณภาพแตกต่างกันแต่ไม่ยอมซื้อซ้ำยี่ห้อเดิม เหตุผลในการเปลี่ยนไม่ใช่ไม่พอใจสินค้า แต่อยากหนีความจำเจ อยากลองของใหม่ เช่น อาหาร ขนมขบเคี้ยว ลูกอม

#### 4.ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความสุขความสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขที่เกิดจากการเข้าร่วม ได้รู้และได้เห็นในกิจกรรมนั้นๆ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลในเชิงบวก สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง ซึ่งความพึงพอใจนี้ เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นทัศนคติที่เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อม (ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง,2554)

#### 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภรภัทร ศรีธูป (2548) ได้วิจัยในหัวข้อเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีประกอบการเลือกซื้อครีมอาบน้ำของผู้บริโภคในห้างโมเดิร์นเทรด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อครีมอาบน้ำของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการเลือกซื้อครีมอาบน้ำของผู้บริโภค ผลที่ออกมา พฤติกรรมการเลือกซื้อและ



การใช้ครีมอาบน้ำส่วนใหญ่ใช้ยี่ห้อลักส์ โดยมีเหตุผล คือ กลิ่นหอมติดผิวกาย บรรจุภัณฑ์ที่นิยมเลือกซื้อคือ ชนิดขวดขนาดใหญ่ (600 cc. ขึ้นไป) และซื้อในปริมาณ 2 ขวด/ซอง มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่า 200 บาท พฤติกรรมการซื้อครีมอาบน้ำครั้งต่อไปนั้น ส่วนใหญ่ยังคงใช้ยี่ห้อเดิม มีเหตุผลในการเลือกซื้อครีมอาบน้ำที่ห้าง Tesco Lotus คือ ราคาถูก สถานที่ที่นิยมซื้อ คือ Discount store บุคคลที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อครีมอาบน้ำ คือ ตนเอง และซื้อที่ได้รับเกี่ยวกับครีมอาบน้ำได้แก่ โทรทัศน์

ส่วนปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางด้านการตลาดผลการวิจัยพบว่า ทางด้านผลิตภัณฑ์ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า ความมีคุณภาพของครีมอาบน้ำ และส่วนผสมของครีมอาบน้ำ มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อมากที่สุด และราคาจะต้องเป็นราคาที่เหมาะสม ไม่สูงจนเกินไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะต้องสามารถหาซื้อได้ง่าย

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย เป็นเพศชายและเพศหญิงอย่างละ 10 คน ทั้งหมดอยู่ในสถานภาพโสด และกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี

ในส่วนของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังสุคันธา มีจุดมุ่งหมายที่จะให้เป็นขนมทานเล่นสำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย โดยมีการ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อความสวยงาม พกพาสะดวก และสามารถเก็บไว้ได้นาน

ในส่วนของผู้บริโภคได้มีการเก็บข้อมูลทั้งหมด 5 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มได้มีการให้ข้อมูลดังนี้

กลุ่มที่ 1 ได้ให้ข้อมูลว่า ตัวหนีบหอมมีความเหมาะสมกับสินค้าที่ "ขนาดตัวหนีบที่พอดีกับตัวสินค้า" เมื่อเห็นแล้วเกิดความสนใจ ที่เลือกซื้อสินค้าตัวนี้เพื่อนำไปเป็นของฝาก "เพราะดูแปลกใหม่ ไม่เคยเห็นสินค้าชนิดนี้มาก่อน" ด้านเอกลักษณ์ "ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่ได้ดึงดูดความสนใจ" ตราสินค้ามีผลต่อด้านบรรจุภัณฑ์ "การมีตราสินค้าที่ขึ้นทะเบียน แสดงว่าผลิตภัณฑ์นั้นได้มาตรฐานแล้ว" จุดที่ควรปรับปรุงเพิ่มคือในส่วนของรสชาติ "ควรเพิ่มรสชาติให้มีความหลากหลายมากกว่านี้"

กลุ่มที่ 2 ได้ให้ข้อมูลว่า บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ที่ "ทำให้สามารถเก็บรักษาสินค้าไว้ได้นานและดูสะอาด" ตัวผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจเลือกซื้อเพราะพกพาสะดวก และนำมารับประทานได้ง่าย" ในส่วนของเอกลักษณ์ "มีเอกลักษณ์ที่มีแบรนด์เฉพาะตัว" ชื่อเสียงของตราสินค้ามีผลต่อบรรจุภัณฑ์ "การมีแบรนด์ทำให้เรามั่นใจเวลาซื้อว่าสินค้าที่ได้ จะมีมาตรฐานและมีความสะอาดและปลอดภัย" ไม่มีจุดที่ต้องปรับปรุง

กลุ่มที่ 3 ได้ให้ข้อมูลว่า บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ตรง"หนีบหอมมีการออกแบบมาให้พกพาสะดวก นำออกมาทาน



เล่นได้ง่าย และดูแล้วรู้ว่าด้านในบรรจุอะไร เอาไว้" บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจที่มีสีสันสวยงาม เหตุผลที่เลือกซื้อเพราะผลิตภัณฑ์นี้มีรสชาติที่หลากหลาย"ซื้อเพราะมีรสชาติให้เลือกลองเยาะและมีรสชาติที่ชอบ เมื่อซื้อมาลองแล้วติดใจ" ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ทำให้จดจำได้ง่าย"ไม่เคยเห็นข้าวตังที่บรรจุมาเป็นแบบนี้มาก่อน เห็นแล้วรู้สึกว่าจะแตกต่างกับที่เคยซื้อกินทั่วไป" ตราสินค้ามีผลต่อด้านบรรจุภัณฑ์ จุดที่ควรปรับปรุงคือ ควรทำให้มีขนาดของบรรจุภัณฑ์หลากหลายขนาดมากขึ้น "นำมาให้มีหลายขนาดเพื่อให้ตรงกับใจคนซื้อ เช่นซื้อเป็นของฝากก็ต้องดูมีระดับ "

กลุ่มที่ 4 ได้ให้ข้อมูลว่า บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมกับตัวสินค้า "ดูภายนอกเหมือนสินค้าชนิดอื่นอย่างพวกเนสวีต้า" เมื่อเห็นบรรจุภัณฑ์แล้วไม่มีความสนใจ"เห็นแล้วเฉยๆ ไม่ได้ดูนักินมองผ่านๆนึกว่าเป็นธัญพืชขงเดิม" เมื่อเห็นสินค้าจะเลือกที่จะไม่ซื้อ บรรจุภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตราสินค้าไม่มีผลกับตัวบรรจุภัณฑ์"แบรนด์คือชื่อสินค้าที่ลงทะเบียนไม่ได้บอกว่าบรรจุภัณฑ์ของสินค้านั้นทำออกมาดี" ควรปรับปรุงในส่วนของตัวเองบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมากขึ้น "ออกแบบหีบห่อใหม่เพื่อให้ดูแตกต่างออกมาจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทำให้ดูแล้วรู้ว่าคืออะไร และจดจำได้ง่ายว่าเห็นอันนี้ต้องนึกถึงข้าวตังสุคันธา"

กลุ่มที่ 5 ได้ให้ข้อมูลว่า บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม ดูสวยงาม"มีการออกแบบมาให้

ดูว่างสดใส"ใช้งานง่าย"แค้ฉีกปากถุงมาก็ทนได้แล้ว" พกพาสะดวก"มีขนาดพอดี สามารถเก็บใส่กระเป๋าได้ และมีปริมาณพอเหมาะต่อการกินในแต่ละครั้ง" บรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจ อาจจะซื้อหรือไม่ซื้อก็ได้ เพราะบรรจุภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ "ดูภายนอกไม่ได้ต่างกับสินค้าทั่วไป" ชื่อเสียงของแบรนด์ไม่มีผลเนื่องจากเวลาเลือกสินค้าจะดูที่บรรจุภัณฑ์ก่อนอยู่แล้ว" ควรปรับปรุงตรง"ให้มีรสชาติหลากหลาย มีสีสันที่โดดเด่นกว่านี้"

### อภิปรายผลการศึกษา

สำหรับส่วนของกรวิจัยการเลือกซื้อข้าวตังสุคันธาจากบรรจุภัณฑ์ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสระสุนเทศเพชรบุรี พบว่า ในด้านบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แล้ว ทั้งในด้านของขนาดที่พกพาสะดวก และ สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน วัตถุประสงค์ที่ใช้ก็มีคุณภาพ แต่ในส่วนของคุณภาพ บรรจุภัณฑ์นั้น ไม่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ทำให้ดูกลืนไปกับสินค้าชนิดอื่นที่วางขายไว้ด้วยกัน หรือเข้าใจผิดไปว่าเป็นสินค้าอีกชนิดหนึ่ง การเลือกซื้อสินค้า ในส่วนของการเลือกซื้อสินค้า สามารถนำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ได้ ว่าด้วยพฤติกรรมกรซื้อมาจากการใช้จิตวิทยาของผู้ผลิตเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการอยากซื้อไป และกล่อมดำความคิดของผู้บริโภคที่ไม่อาจทราบได้ว่าซื้อเพราะอะไร แต่จากการเก็บข้อมูลทำให้ทราบได้ว่า ซื้อไปเพื่อทานเล่นหรือซื้อเพื่อนำไป



เป็นของฝากเพราะดูแปลกใหม่ ส่วนที่ไม่เลือกซื้อ เพราะราคาแล้วไม่ต่างไปจากสินค้าชนิดอื่นมากนัก และหาซื้อได้ยาก ราคาเมื่อเทียบกับปริมาณแล้วซื้ออย่างอื่นไปจะคุ้มค่าง่า ตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าชนิดนี้ คือ แบรินต์มีความน่าเชื่อถือว่าสินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพได้ตามมาตรฐาน มีความสะอาดและไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย รับประทานได้วารสชาติยังคงเดิมและเหมือนกันทุกห่อ

จุดที่ควรมีการแก้ไขคือ ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คือควรมีการออกแบบลายของหีบห่อให้ดูโดดเด่นออกมาจากสินค้าอื่นๆ มีตราสัญลักษณ์ที่ดูแล้วจำได้ทันที มีการใช้ลูกเล่นทางจิตวิทยาเพื่อกระตุ้นให้เกิดความอยากซื้อ มีการทำออกมาในหลายๆขนาดและหลายๆรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการนำไปใช้ได้ตรงจุดประสงค์ยิ่งขึ้น อย่างการนำไปเป็นของฝาก การนำไปใช้เป็นของว่างในงานเลี้ยงหรืองานปาร์ตี้ที่ต้องการปริมาณสินค้ามาก เพิ่มรสชาติให้มีความหลากหลาย มีการปรับเปลี่ยนรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้แตกต่างกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชนิดอื่นที่มีความคล้ายกัน อย่างการเปลี่ยนสีให้มีสีสันสดใส ให้ดึงดูดความสนใจ การเปลี่ยนหีบห่อบรรจุให้ความแตกต่างอย่างจากแบบถุงเป็นแบบกล่อง หรือ การออกแบบกล่องบรรจุให้ดูต่างจากกล่องสีเหลี่ยมผืนผ้าที่เน้นการบรรจุเป็นกล่องสีเหลี่ยมด้านเท่าเพื่อเน้นความสวยงาม

**ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งถัดไป**

- จากการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า
- 1.ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีความแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่คล้ายคลึงกัน เช่น ปรับเปลี่ยนรูปแบบ การตกแต่ง การเล่นสีของตัวบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
  - 2.ขนาดของบรรจุภัณฑ์ควรมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น
  - 3.การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างหรือพื้นที่ในการศึกษาข้อมูลที่มีความหลากหลายกันมากขึ้น เพื่อนำมาเปรียบเทียบกัน
  - 4.ควรเพิ่มชนิดของคำถามเพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้กว้างขวางขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ได้ตรงกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น

**บรรณานุกรม**

บริการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลงาน  
 วิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ (2555)  
 ปัจจัยทางการตลาด พฤติกรรม  
 ผู้บริโภค คุณภาพการให้บริการ ค้นเมื่อ  
 29 มีนาคม 2559 จาก  
<http://spssthesis.blogspot.com/>  
 ประเทือง วิบูลศักดิ์. (2553). ทำวิจัยต้องรู้จัก  
 เทคนิคเดลฟาย (Delphi technique).  
 ค้นเมื่อ 23 เมษายน 2559, จาก  
<http://www.sahavicha.com/?name=media&file=readmedia&id=1729>



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง. (2554). "ความพึงพอใจ  
ของนักท่องเที่ยวต่อการเที่ยวชมบ้าน  
ควายไทย." วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ภรภัทร ศรีธูป. "การศึกษาพฤติกรรม และปัจจัย  
ทางการตลาดที่ใช้ประกอบการเลือกซื้อ  
ครีมอาบน้ำของผู้บริโภคในห้างโมเดิร์น  
เทรน." วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2548.
- นักศึกษาปี4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ (2555) พฤติกรรมผู้บริโภค  
ค้นหาเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2559 จาก  
<http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/index.htm>
- วชิระ ชินหนองจอก. (2552). ทฤษฎีการรับรู้ ค้น  
เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2559 จาก  
<https://www.gotoknow.org/posts/282194>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ  
สังคมแห่งชาติ. (2557). แผนพัฒนา  
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11  
พ.ศ. 2555 – 2559. ค้นเมื่อ 27 มีนาคม  
2559, จาก  
[http://www.idd.go.th/files/FilesFolder/s/Documents/bbd8512c-6c40-4776-bc4c-734fa4f733d7\\_\\_O.pdf](http://www.idd.go.th/files/FilesFolder/s/Documents/bbd8512c-6c40-4776-bc4c-734fa4f733d7__O.pdf)
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. (2556).  
โครงสร้างแผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี  
(พ.ศ.2553-2556). ค้นเมื่อ 27 มีนาคม  
2559, จาก  
[http://www.phetchaburi.go.th/data/plan53\\_56.pdf](http://www.phetchaburi.go.th/data/plan53_56.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ  
และสังคมแห่งชาติ. (2555). ค้นเมื่อ 27  
มีนาคม 2559. จาก  
[http://www.idd.go.th/files/FilesFolder/s/Documents/475ef649-a2a1-4355-a038-106c03f1476a\\_\\_O.pdf](http://www.idd.go.th/files/FilesFolder/s/Documents/475ef649-a2a1-4355-a038-106c03f1476a__O.pdf)
- รศ.ดร.ชาย ไพธิสิตา. (2556). การวิจัยเชิง  
คุณภาพ หลักการและแนวคิด ค้นหา  
เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2559 จาก  
[http://www.academia.edu/1747263/การวิจัยเชิงคุณภาพ\\_หลักการและแนวคิด\\_รศ.ดร.ชาย\\_ไพธิสิตา](http://www.academia.edu/1747263/การวิจัยเชิงคุณภาพ_หลักการและแนวคิด_รศ.ดร.ชาย_ไพธิสิตา).