

**การศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์อาหาร : กรณีศึกษาประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)**

**A STUDY OF SUCCESS FACTORS OF PACKAGING DESIGN AFFECTING
DECISIONS PURCHASING IN FOOD PRODUCTS: A CASE STUDY OF SMALL
AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs)**

จิตรพร ลีละวัฒน์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารและที่มีผลต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร และเพื่อศึกษาระดับของทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีต่อผลการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์อาหารและที่มีผลต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารโดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือ อาหาร สุขภาพ สะอาด ความปลอดภัย และมีตรารับประกันคุณภาพ 2) ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหน้าที่ด้านเทคนิค คือ มีการรองรับอาหารและให้ความปลอดภัย มีการปกป้องและรักษาคุณภาพสินค้าจากอันตรายสิ่งแวดล้อม และหน้าที่ทางด้านการตลาด คือ ฉลากแสดงข้อมูลอาหารครบถ้วน ข้อมูลที่ระบุถูกต้องชัดเจนอ่านง่าย 3) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุดคือ รสชาติสีกลิ่นของอาหาร อาหาร สุขภาพ สะอาด ความปลอดภัย การบรรจุสวยงามสะดวกใช้ 4) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์มากที่สุดทั้งหน้าที่ด้านเทคนิคคือ การปกป้องและรักษาคุณภาพสินค้าจากอันตรายสิ่งแวดล้อม มีการรองรับอาหารและให้ความปลอดภัย รักษาคุณภาพอาหารและยืดระยะเวลาการเก็บ มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน และรวมถึงหน้าที่ทางด้านการตลาด คือ ออกแบบสวยงามดึงดูดใจ มีความเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง ตราสินค้ามีภาพลักษณ์สร้างความน่าเชื่อถือ และฉลากแสดงข้อมูลอาหารครบถ้วน 5) กลุ่มผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่างกันคือปัจจัยการออกแบบกราฟิก การรักษาคุณภาพและการใช้งาน การแสดงข้อมูลและปกป้องคุ้มครอง และปัจจัยตราแสดงสินค้าและรักษาสิ่งแวดล้อม

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to study factors such as how major contents of food products and packaging design as outer composition affect the decision making of buyers 2) to study factors such as how major contents of food products and packaging design as outer composition of entrepreneurs' products.

This research found that 1) the consumers' major concerns were nutritional value, food hygiene, food safety and it was a trusted brand name supported with reliable publicity. 2) The buyers

placed heavy buying influential on technical functions that were to protect the product from natural contamination at a reasonable longer period of time. 3) The entrepreneurs placed heavy attention to food products were food taste and texture, food hygiene also safety and attractiveness and applicability. 4) The entrepreneurs placed important attention to the packaging designs on technical functions as food protection, a safe food container and made a longer shelves life to the products, and sizing fitted to user's purpose. The marketing functions were attractiveness of packaging design, eye-catching on display shelves and easily differentiated over competitors, the distinguished and reliable brand logo, and the text on label easily communicated. 5) The different buyers placed heavy buying influential on the differentiated packaging designs that were graphic design, protective product, communicated label and the distinguished brand name with friendly environmental packaging.

Keywords: Purchasing decision, Food packaging design, Small and Medium Enterprises (SMEs)