

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับแฮมบ้านไม้หอม
ผู้เขียน	นางสาว อรชา บุรานนท์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. พนิดา รัตนปิติกรณ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับแฮมบ้านไม้หอมรูปแบบใหม่ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ และด้านการตลาดให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมายอาหาร และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั่วไปในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริโภคแฮมของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อแฮม โดยทำการซื้อแฮมเองจากซูเปอร์มาร์เก็ต มีความถี่ในการบริโภคน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ มีกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ การลดราคา โดยเลือกลักษณะบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แฮม คือ ขวดแก้ว ที่มีรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์แฮม เป็นลักษณะรูปสี่เหลี่ยม รายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์แฮมที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญคือ ส่วนประกอบและคุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ A และ แบบ C ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย อันดับแรก คือ บรรจุภัณฑ์นี้ใช้วัสดุซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศได้อย่างเหมาะสม ในขณะที่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ B คือ บรรจุภัณฑ์นี้ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย ในส่วนด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย อันดับแรก คือ ภาพประกอบที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา และมีความคมชัด ในขณะที่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ B คือ โทนสีโดยรวมมีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ ด้านการตลาด มีระดับความคิดเห็นในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ A เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย อันดับแรก คือ แสดงถึง

การมีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เช่น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในขณะที่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ B และ แบบ C คือ บรรจุภัณฑ์นี้เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝากของที่ระลึก

โดยสรุประดับความคิดเห็นในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ B มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.04 รองลงมาคือ ระดับความคิดเห็นในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ A มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และระดับความคิดเห็นในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ C มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ B กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ในเรื่องบรรจุภัณฑ์นี้ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แดกหัก หรือเสียหายและบรรจุภัณฑ์นี้มีการแสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน ด้านการตลาด ในเรื่อง สร้างความทรงจำน่าประทับใจ และบรรจุภัณฑ์นี้มีการวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์ กับบรรจุภัณฑ์นี้ใช้วัสดุซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศได้อย่างเหมาะสม บรรจุในปริมาณที่พอเหมาะใช้งานง่ายและขนาดที่พกพาได้สะดวก และบรรจุภัณฑ์นี้สามารถตรวจพิจารณา สินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้ ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ในเรื่อง โทนสี โดยรวมมีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ รูปแบบตัวอักษรที่ใช้มีความชัดเจนและอ่านง่าย เหมาะสมกับเนื้อหา ด้านการตลาด ในเรื่อง บรรจุภัณฑ์นี้เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝากของที่ระลึก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Development of Packaging for Baan Mai Horm Jam
Author	Miss Oracha Purananda
Degree	Master of Business Administration (Agro-Industry Management)
Advisor	Lecturer Dr.Panida Rattanapitikorn

ABSTRACT

The purposes of this independent study were to develop new packaging model for Baan Mai Horm Jam in terms of packaging structure, graphics, and marketing in accordance with the requirements of food law and the acceptance of consumers. Four hundred samples of consumer were from Mueang District, Chiang Rai Province. Data were analyzed by using frequency, percentage, and mean.

The findings of jam consumption behavior of 400 respondents revealed that the majority of respondents had purchased the jam by themselves from supermarkets. The frequency of consumption was less than one time per week. The promotional activity affecting the purchase decision was the reduction of the price. The respondents chose the product from the package, which was a glass bottle having rectangular label attached. The product details given priority by consumers were ingredients and product quality.

Respondents commented on the development package A and C in terms of the packaging structure based on the order of mean score. The first rank was that the packaging material properly prevented the product from moisture and outside air while package B helped prevent the product from being deteriorated, broken or damaged. In terms of graphics, based on the order of mean score, the first rank was that the illustration on the product was clear and consistent with the content while package B had appropriate overall tone color for packaging. In terms of marketing, the first rank of package A, based on the order of mean score, was a positive image of social responsibility, such as being eco-friendly, while packages B and C were suitable for souvenirs.

In conclusion, the opinion on the development of package B had the highest mean score (4.04), followed by the opinion of the development of package A (3.92), and the opinion on the development of package C (3.72), respectively.

Analysis of the relationship between opinions in developing packaging B and general information of respondents showed that gender, age, education, occupation were related in terms of packaging structure. This helped prevent the product from being deteriorated, broken or damaged. The product also displayed all product details. In terms of marketing, the image building was impressive, and the products in these packages were sold, presented, and suitable for placing on shelves.

The age, education, occupation, were associated with this packaging material which could properly prevent the product from moisture and outside air. The package was filled with moderate amount of product, making it portable in an appropriate size, and can be inspected within the package. In terms of graphics, the overall tone color of the package was suitable. The font style was clear and easy to read suitable for the content. In terms of marketing, the package was appropriate for giving as a souvenir.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved