

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery

นพนนท์ เลาะทะนะ¹ และ ทินวงศ์ รักอิสสระกุล^{1*}

¹คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery 2) ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery และ 3) ประเมินความพึงพอใจที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery ประชากร คือ ผู้บริโภคบริเวณหน้าร้าน Jack & Joy Bakery จำนวน 300 คน และบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery จำนวน 5 แบบ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคบริเวณหน้าร้าน Jack & Joy Bakery จำนวน 169 คน โดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery จำนวน 5 แบบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เป็นลักษณะรูปทรงเรขาคณิต วัสดุกระดาษอาร์ตการ์ด ความหนา 210 แกรม และช่องพลาสติกใส OPP (Oriented Polypropylene) 2) การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นลักษณะรูปแบบมินิมอล ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ผสมลาวตลายกราฟิกและลายเส้นการ์ตูน สีน้ำตาล สีถึงสีส้มและรสชาติของผลิตภัณฑ์ ระบบ พิมพ์ออฟเซ็ทสีเดียว 3) ผลวิเคราะห์คะแนนความพึงพอใจ 1) บราวนี่ ปริมาณบรรจุ 36 กรัม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.23$, S.D.=0.64) 2) บราวนี่กรอบ ปริมาณบรรจุ 110 กรัม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.21$, S.D.=0.86) 3) คุกกี้ ปริมาณบรรจุ 120 กรัม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.46$, S.D.= 0.45) 4) คุกกี้ล้นแฉว ปริมาณบรรจุ 110 กรัม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.40$, S.D.=0.87) และ 5) บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.25$, S.D.=0.66)

คำสำคัญ: การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ เบเกอรี่

*อีเมล: Tinnawong.r@rmutp.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

Bakery Packaging Design at Jack & Joy Bakery

Noppanon Lohana¹ and Tinnawong Rakisarakul^{1*}

¹Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Abstract

This research aims to 1) design the bakery packaging structure at Jack & Joy Bakery, 2) design graphics on bakery packaging at Jack & Joy Bakery, and 3) evaluate satisfaction that affects the bakery packaging design at Jack & Joy Bakery. The Population is 300 consumers in front of Jack & Joy Bakery store, and 5 types of bakery packaging at Jack & Joy Bakery. The sample group is consumers in front of the Jack & Joy Bakery store. There were 169 people by calculating the sample size using Krejci and Morgan's ready-made table. Random method, and 5 types of bakery packaging at Jack & Joy Bakery. The research tools used include interviews with entrepreneurs. and consumer satisfaction assessment form Statistics used in research are mean and standard deviation. The research results found that 1) design aspect of packaging structure is geometric shapes. The material is 210 grams art card paper and a OPP (Oriented Polypropylene) clear plastic package. 2) The graphic design on the packaging is minimalist. The product photography mixes graphics and cartoon lines in brown, conveying the color and flavor of the product. Single color offset printing system. 3) Satisfaction score analysis results: 1) Brownies, packaged quantity 36 grams, is at the very satisfaction level (\bar{x} =4.23, S.D.=0.64) 2) Crispy brownies, packaged quantity 110 grams, is at the very satisfaction level (\bar{x} =4.21 , S.D.=0.86) 3) Cookies, package quantity 120 grams, is at a very satisfaction level (\bar{x} =4.46 , S.D.= 0.45) 4) Cat tongue cookies, package quantity 110 grams, is at a very satisfaction level (\bar{x} =4.40 , S.D.=0.87) and 5) Box set, is a very satisfied level (\bar{x} =4.25 , S.D.=0.66)

Keywords: Design, Packaging, Bakery

*E-mail: Tinnawong.r@rmutp.ac.th (Corresponding Author)

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เบเกอรี่ (Bakery) คือ ผลิตภัณฑ์หรือขนมที่มีส่วนผสมหลักเป็นแป้งสาลีแปรรูป และทำให้สุกโดยวิธีการอบ ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ชนิดแรกซึ่งแพร่หลายและได้รับความนิยมจากผู้บริโภค คือ ขนมปัง และขึ้นชื่อว่า เป็น ผลิตภัณฑ์ที่ยังมีชีวิต เป็นสัญลักษณ์ของความดีงาม ความอบอุ่น และความปลอดภัยมานานตั้งแต่สมัยคัมภีร์ไบเบิล ชาวสวิสที่อาศัยอยู่ตามทะเลสาบในยุคหินเป็นผู้ริเริ่มนำเมล็ดข้าวสาลีมาบดโดยใช้ครกตำหยาบ แล้วนำไปผสมน้ำ เทส่วนผสมลงบนหินร้อนเพื่อทำให้สุก กลายเป็นขนมปังที่ขึ้นฟูโดยไม่ตั้งใจ ซึ่งค้นพบมากกว่า 3,000 ปี ก่อน คริสตกาล ประวัติที่ยอมรับสืบเนื่องกันมาอีกเรื่องหนึ่งก็คือ พวกเขาในสมัยราชวงศ์อียิปต์ได้ผสมก้อนแป้งที่ลื้ม ทิ้งไว้ลงไปแป้งผสมใหม่ กลายเป็นขนมปังที่เบาและเลิศรส เบเกอรี่จัดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับความนิยม บริโภคกันอย่างแพร่หลายไปทั่วโลก โดยได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นอาหารประจำตลอดทั้งวัน เบเกอรี่เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้คนเป็นจำนวนมากในยุคปัจจุบัน ทั้งในด้านผู้ประกอบการและ ผู้บริโภค ตอบโจทย์การดำเนินชีวิตประจำวันของคนยุคใหม่ที่นิยมในความสะดวกสบายและวิถีชีวิตที่เร่งรีบกับเวลา เบเกอรี่จึงกลายเป็นอาหารหลักหรืออาหารว่างระหว่างมื้อ ประกอบกับการขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟหรือคาเฟ่ในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ตลาดเบเกอรี่เติบโตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารที่เปลี่ยนแปลงและการรับวัฒนธรรมการบริโภคจากต่างประเทศ ทำให้ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้นกล่าวคือ ผู้บริโภคจำนวนมากหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ชนิดต่าง ๆ ทดแทน การบริโภคอาหารหลักอย่างข้าว เนื่องจากความต้องการที่จะประหยัดเวลาและลดขั้นตอนการจัดเตรียมอาหาร ที่ยุ่งยาก (พัชร์ศศิ ศรีพิพัฒน์พรกุล และ ฉันทนา ปาปัดถา, 2566: 232-234) ในประเทศไทยธุรกิจเบเกอรี่เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อประมาณ 70 ปีที่ผ่านมา และได้รับการอุดหนุนจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการเปิดร้านเบเกอรี่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ จนกลายมาเป็นธุรกิจที่น่าสนใจเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง สาเหตุหลักอาจสืบเนื่องมาจากกระแสความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่เพิ่มมากขึ้น จากนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นครัวโลก รวมทั้งคนไทยสนใจและตื่นตัวกับการได้ทดลองเบเกอรี่ที่มีการตกแต่งหน้าตาอย่างสวยงามแปลกใหม่ จึงได้มีร้านเบเกอรี่รูปแบบทันสมัยภายใต้การตกแต่งได้น่าสนใจ มีเบเกอรี่คุณภาพดีเกิดขึ้นมามากมายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค (วรรณภรณ์ สุขแจ่ม, 2560: 1-2)

บรรจุภัณฑ์ถือเป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ประกอบด้วย ส่วนของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์คือ ทำหน้าที่คุ้มครองปกป้องผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มให้คงสภาพเดิมไว้ได้ ช่วยรักษาคุณภาพและอำนวยความสะดวกในการขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค (ยุพาวดี สมบูรณ์กุล, 2566: ออนไลน์) ส่วนความสำคัญของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์และวิธีใช้ผลิตภัณฑ์โดยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ โดยการออกแบบซึ่งอาศัยตัวอักษรและภาพเป็นสื่อโฆษณาสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ ให้ความแตกต่างไปจากคู่แข่งขั้นทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ ราคา พร้อมทั้งมีข้อมูลวิธีการใช้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ข้อเสนอแนะ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับประโยชน์

ของผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตให้เกิดความเด่นชัด กว่าคู่แข่ง (รัตนวารี นันท์ชัยพฤกษ์, 2560: 2)

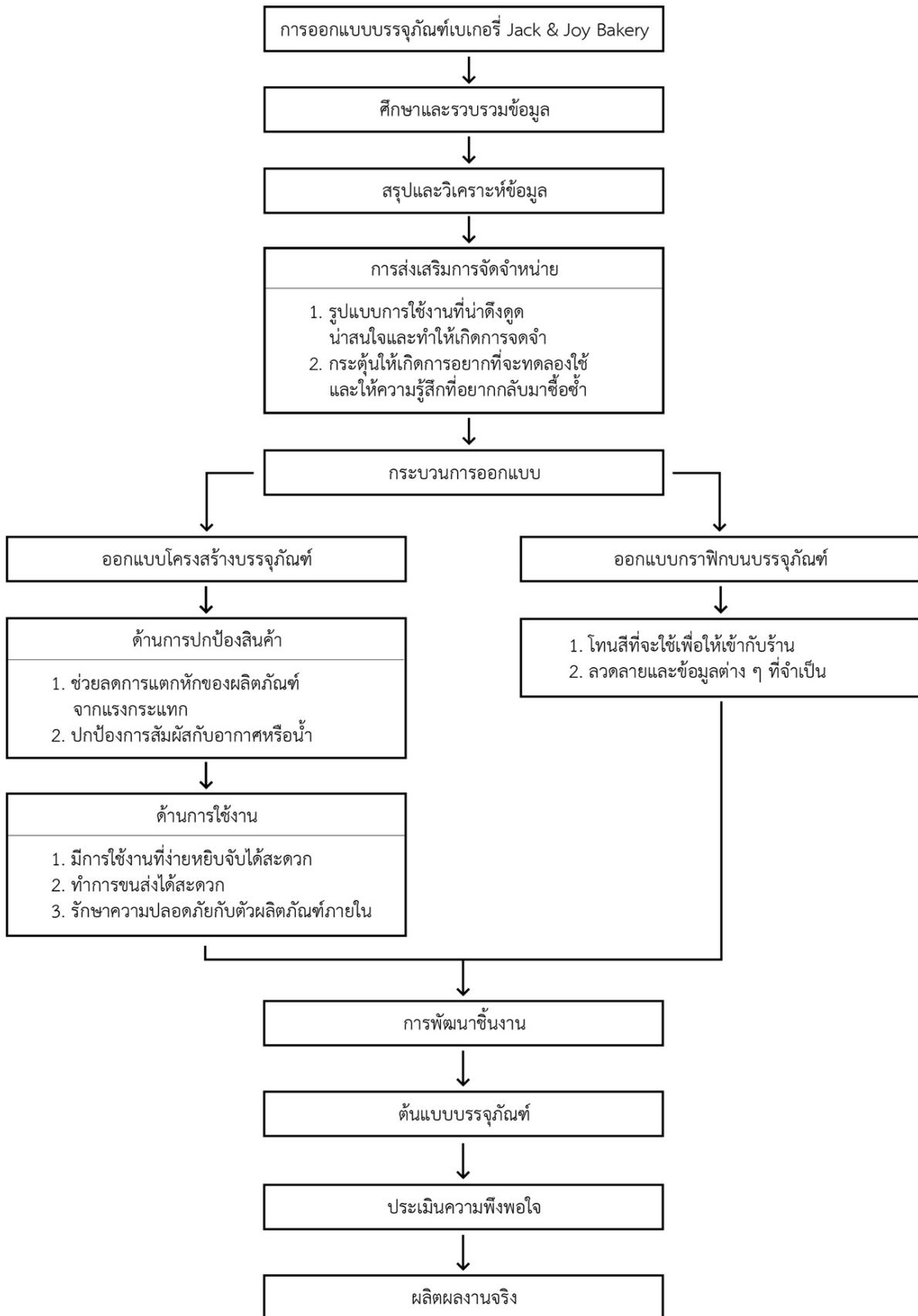
Jack & Joy Bakery เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2559 โดยชื่อของร้านได้มาจากการนำเอาชื่อของลูกค้าชาย และลูกสาวทั้งสองคนมาจัดตั้งชื่อ สถานที่ตั้งร้านอยู่ในหมู่บ้าน เดอะ เซนต์โรส รามอินทรา ถนนกาญจนาภิเษก เขตคันนายาว แขวงคันนายาว กรุงเทพมหานคร แรกเริ่มคุณพุทธวรรณ เลาะหะนะ ผู้ประกอบการมีความชื่นชอบในการทำเบเกอรี่ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อนำไปเป็นของฝากให้กับญาติพี่น้องและสมาชิกในครอบครัว และได้ทดลองออกวางจำหน่าย มีผู้บริโภคสนใจเริ่มสั่งซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝากให้แก่ผู้ร่วมงานในโอกาสต่าง ๆ และเนื่องด้วยตัวของผลิตภัณฑ์นั้นมีรสชาติที่อร่อยเข้มข้น มีการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีการตั้งราคาในการจัดจำหน่ายที่ถูกกว่าคู่แข่ง ด้วยเหตุนี้เองจึงกลายมาเป็นจุดแข็งของทางร้านก็คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ รสชาติอร่อยเข้มข้น ราคาย่อมเยา จนกลายเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคที่ได้รับไปและกลับเข้ามาเพื่อสั่งซื้อและนำไปเป็นของฝากให้แก่ ญาติพี่น้องและเพื่อน ๆ จนได้มีการบอกต่อกันไปจนเกิดกลายมาเป็น Jack & Joy Bakery จวบจนปัจจุบัน (พุทธวรรณ เลาะหะนะ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2566)

จากการสังเกตการณ์ของคณะผู้วิจัยจึงได้เลือกและหยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและมีการสั่งซื้อเข้ามาเป็นจำนวนมากนั่นก็คือ ผลิตภัณฑ์บราวนี่ บราวนี่กรอบ คุกกี้ และคุกกี้ลิ้นแมว และทางร้านยังรวบรวมผลิตภัณฑ์รวมหน่วยมาเป็นหัวข้อในการศึกษาในครั้งนี้ด้วย จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า ในปัจจุบันได้มีผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้น อาจเกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความคล้ายคลึงกันมากขึ้นและอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดในกลุ่มผู้บริโภคด้วยกันเองได้ ดังนั้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงควรมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเกิดการจดจำผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เดิมยังมีอีกหนึ่งปัญหาในเรื่องของการปกป้องผลิตภัณฑ์ทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดการแตกหักเสียหายขณะขนส่ง ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery เพื่อให้เกิดความโดดเด่น เกิดการจดจำแก่ผู้บริโภค รวมถึงการหาวิธีลดความเสียหายอันเกิดจากการขนส่ง และในปัจจุบันวิถีการใช้ชีวิตของผู้คนนั้นมีการใช้ชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น จึงเป็นแนวคิดในการที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์นั้นช่วยอำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery
2. เพื่อออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การดำเนินงานวิจัย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery คณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกำหนดขั้นตอน และรายละเอียดการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลและขอบเขตการวิจัย

1) ข้อมูลพื้นฐาน ความต้องการของผู้ประกอบการ คือ ความต้องการแก้ปัญหาและลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์ที่อาจเกิดจากความไม่เหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ รูปแบบและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ การรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ การออกแบบและผลิตต้นแบบบรรจุภัณฑ์ การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริโภค รวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์และแก้ไขปรับปรุง

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร คือ ผู้บริโภคบริเวณหน้าร้าน Jack & Joy Bakery จำนวน 300 คน เฉลี่ย 1 เดือน และบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery จำนวน 5 แบบ

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคบริเวณหน้าร้าน Jack & Joy Bakery จำนวน 169 คน โดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery จำนวน 5 แบบ เก็บข้อมูลภายใน 3 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 8 – 28 มกราคม 2567

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแบบประเมิน แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ที่เก็บรวบรวมจากผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้บริโภคบริเวณหน้าร้าน Jack & Joy Bakery

2) ข้อมูลทุติยภูมิ การศึกษาค้นคว้าเก็บข้อมูล จากเอกสาร งานวิจัย บทความจากเว็บไซต์ หนังสือ และใบความรู้ต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery ประกอบด้วย ดังนี้

1) แบบสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ

2) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลจากแบบประเมินข้างต้นมาวิเคราะห์ และนำไปใช้ในการออกแบบ โดยใช้สูตรสถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของแบบประเมินระดับความพึงพอใจ โดยมีการแปรผล ดังนี้

5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการประเมินความพึงพอใจ คณะผู้วิจัยได้จัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบไปดำเนินการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 169 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ด้วยการเปิดตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (1970: 45 อ้างอิงใน มารยาท โยทองยศ และ ปราณี สวัสดิสรรพ์, 2566: 5) โดยใช้ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจ ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบและการใช้งานของต้นแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้ค่าสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการใช้โปรแกรม Excel โดยมีการกำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ ดังนี้

- 4.50 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
- 3.50 - 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
- 2.50 - 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
- 1.50 - 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
- 1.00 - 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ขั้นตอนที่ 6 สถานที่และระยะเวลา

- 1) สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย บริเวณหน้าร้าน Jack & Joy Bakery หมู่บ้าน เดอะ เซนโทร รามอินทรา ถนนกาญจนาภิเษก เขตคันนายาว แขวงคันนายาว กรุงเทพมหานคร
- 2) ระยะเวลาในการทำวิจัย จำนวน 9 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2566 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2567

ผลการวิจัย

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เบเกอร์รี่ Jack & Joy Bakery จำนวน 5 รูปแบบ ประกอบด้วย

- 1) บราวน์ ปริมาณบรรจุ 36 กรัม ขนาด 90 x 110 x 40 มิลลิเมตร

ผลการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ คือ รูปทรงเรขาคณิต มีลักษณะเป็นกล่องทรงเว้าบนและล่างกล่องสามารถฉีกตามรอยปรุตรงกลางกล่องเพื่อเปิด วัสดุกระดาษอาร์ตการ์ด ความหนา 210 แกรม และซองพลาสติกใส OPP (Oriented Polypropylene)

- 2) บราวน์กรอบ ปริมาณบรรจุ 110 กรัม ขนาด 100 x 150 x 40 มิลลิเมตร

ผลการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ คือ รูปทรงเรขาคณิต มีลักษณะเป็นกล่องฝาเปิดทรงสี่เหลี่ยม เปิดจะเปิดจากด้านหน้าขึ้นด้านบน วัสดุกระดาษอาร์ตการ์ด ความหนา 210 แกรม และซองพลาสติกใส OPP (Oriented Polypropylene)

- 3) คุกกี้ ปริมาณบรรจุ 120 กรัม ขนาด 90 x 90 x 110 มิลลิเมตร

ผลการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ คือ รูปทรงเรขาคณิต มีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยม เปิดด้วยการดึงออกมาทางด้านข้าง วัสดุกระดาษอาร์ตการ์ด ความหนา 210 แกรม และซองพลาสติกใส OPP (Oriented Polypropylene)

4) คุกกี้ลีนแมว ปริมาณบรรจุ 110 กรัม ขนาด 80 x 75 x 105 มิลลิเมตร

ผลการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ คือ รูปทรงเรขาคณิต มีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยม สามารถฉีกตามรอยปรุด้านบนกล่องเพื่อเปิด วัสดุกระดาษอาร์ตการ์ด ความหนา 210 แกรม และซองพลาสติกใส OPP (Oriented Polypropylene)

5) บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย (บราวนี่ บราวนี่กรอบ คุกกี้ คุกกี้ลีนแมว) ขนาด 163 x 163 x 105 มิลลิเมตร

ผลการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ คือ รูปทรงเรขาคณิต มีลักษณะเป็นกล่องฝาเปิดทรงสี่เหลี่ยม การเปิดจะเปิดจากด้านหน้าเปิดขึ้นด้านบนทั้งสองฝั่ง วัสดุกระดาษอาร์ตการ์ด ความหนา 210 แกรม และซองพลาสติกใส OPP (Oriented Polypropylene)

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery จำนวน 5 รูปแบบ ประกอบด้วย

1) บราวนี่ ปริมาณบรรจุ 36 กรัม

ผลการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ รูปแบบมินิมอล มีกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่น ภาพถ่ายเสมือนของผลิตภัณฑ์ สีพื้นหลังจะเน้นโทนสีอ่อน มีลวดลายเป็นพื้นผิวของกระดาษเพื่อให้สีตัดกับสีของภาพตราสินค้าระบบพิมพ์ออฟเซ็ทสีเดียว

2) บราวนี่กรอบ ปริมาณบรรจุ 110 กรัม

ผลการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ รูปแบบมินิมอล มีกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่น ตราสินค้าจัดวางอยู่ตรงกลาง และข้อมูลบ่งชี้ผลิตภัณฑ์อยู่ด้านล่าง สีพื้นหลังจะเน้นโทนอ่อน มีลวดลายเป็นพื้นผิวของกระดาษเพื่อให้สีตัดกับสีของภาพตราสินค้า ระบบพิมพ์ออฟเซ็ทสีเดียว

3) คุกกี้ ปริมาณบรรจุ 120 กรัม

ผลการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ รูปแบบมินิมอล มีกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่น ภาพกราฟิกตกแต่งเสมือนมีช็อกโกแลตกำลังไหลลงมาจากด้านบน สีพื้นหลังจะเน้นสีที่มีความคล้ายคลึงกับสีของผลิตภัณฑ์ ระบบพิมพ์ออฟเซ็ทสีเดียว

4) คุกกี้ลีนแมว ปริมาณบรรจุ 110 กรัม

ผลการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ รูปแบบมินิมอล มีกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่น ภาพลายเส้นการ์ตูนแมวแลบลีน สีพื้นหลังจะเน้นโทนอ่อน มีลวดลายเป็นพื้นผิวของกระดาษเพื่อให้สีตัดกับสีของภาพตราสินค้า ระบบพิมพ์ออฟเซ็ทสีเดียว

5) บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย (บราวนี่ บราวนี่กรอบ คุกกี้ คุกกี้ลีนแมว)

ผลการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ รูปแบบมินิมอล มีกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่น ตราสินค้าจัดวางอยู่ตรงกลาง และข้อมูลบ่งชี้ผลิตภัณฑ์อยู่ด้านล่าง ลวดลายกราฟิกสีน้ำตาล สื่อถึงสีน้ำตาลและรสชาติของผลิตภัณฑ์ ระบบพิมพ์ออฟเซ็ทสีเดียว



ภาพที่ 2 ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ Jack & Joy Bakery

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคบริเวณหน้าร้าน Jack & Joy Bakery จำนวน 169 คน ความพึงพอใจในรูปแบบและการใช้งานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบ ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ บราวนี่ บราวนี่กรอบ คุกกี้ คุกกี้ล้นแอมว และผลิตภัณฑ์รวมหน่วย มีระดับค่าคะแนนดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลคะแนนความพึงพอใจด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่บราวนี่ ปริมาณบรรจุ 36 กรัม

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ยผลการประเมิน		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์	4.05	0.14	มาก
2. รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีความโดดเด่น ดูแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาด	3.78	0.86	มาก
3. ตราสินค้าที่ใช้มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ	4.44	0.49	มาก
4. การใช้ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.31	0.35	มาก
5. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์	4.56	0.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23	0.64	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงผลคะแนนความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์เบเกอร์ี่บรวานี่ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} =4.23 , S.D.=0.64) รายข้อพบว่า บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด (\bar{X} =4.56 , S.D.=0.60) รองลงมา คือ ตราสินค้าที่ใช้มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} =4.44 , S.D.=0.49) ตามลำดับ



ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์เบเกอร์ี่บรวานี่ ปริมาณบรรจุ 36 กรัม

ตารางที่ 2 ผลคะแนนความพึงพอใจด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอร์ี่บรวานี่กรอบ ปริมาณบรรจุ 110 กรัม

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ยผลการประเมิน		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์	4.05	0.14	มาก
2. รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีความโดดเด่น ดูแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาด	3.94	0.37	มาก
3. ตราสินค้าที่ใช้มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ	4.44	0.40	มาก
4. การใช้ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.44	0.48	มาก
5. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์	4.56	0.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	0.86	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงผลคะแนนความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์เบเกอร์ี่บรวานี่กรอบ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} =4.21 , S.D.=0.86) รายข้อพบว่า บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด (\bar{X} =4.56 , S.D.=0.60) รองลงมา คือ ตราสินค้าที่ใช้มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} =4.44 , S.D.=0.40) ตามลำดับ



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์เบเกอร์รี่บราวนี่กรอบ ปริมาณบรรจุ 110 กรัม

ตารางที่ 3 ผลคะแนนความพึงพอใจด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอร์รี่คุกกี้ ปริมาณบรรจุ 120 กรัม

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ยผลการประเมิน		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์	4.31	0.38	มาก
2. รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีความโดดเด่น ดูแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาด	4.50	0.54	มากที่สุด
3. ตราสินค้าที่ใช้มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ	4.50	0.54	มากที่สุด
4. การใช้ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.44	0.48	มาก
5. สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์	4.56	0.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.46	0.45	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงผลคะแนนความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์เบเกอร์รี่คุกกี้ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.46$, S.D.=0.45) รายข้อพบว่า บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.56$, S.D.=0.60) รองลงมา คือ รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีความโดดเด่นดูแตกต่าง จากผลิตภัณฑ์ ประเภทเดียวกันในท้องตลาด และตราสินค้าที่ใช้มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, S.D.=0.54) ตามลำดับ



ภาพที่ 5 บรรจุภัณฑ์เบเกอร์รี่คุกกี้ ปริมาณบรรจุ 120 กรัม

ตารางที่ 4 ผลคะแนนความพึงพอใจด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่คุกกี้ลิ้นแมว ปริมาณ 110 กรัม

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ยผลการประเมิน		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์	4.11	0.21	มาก
2. รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีความโดดเด่น ดูแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาด	4.50	0.54	มากที่สุด
3. ราคาสินค้าที่ใช้มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ	4.44	0.49	มาก
4. การใช้ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.38	0.42	มาก
5. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์	4.56	0.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.40	0.87	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงผลคะแนนความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่คุกกี้ลิ้นแมว อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.87) รายข้อพบว่า บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.56$, S.D.=0.60) รองลงมา คือ รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีความโดดเด่นดูแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาด อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, S.D.=0.54)



ภาพที่ 6 บรรจุภัณฑ์เบเกอรี่คุกกี้ลิ้นแมว ปริมาณ 110 กรัม

ตารางที่ 5 ผลคะแนนความพึงพอใจด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่รวมหน่วย

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ยผลการประเมิน		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์	4.05	0.14	มาก
2. รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีความโดดเด่น ดูแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาด	3.78	0.86	มาก
3. ราคาสินค้าที่ใช้มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ	4.56	0.60	มากที่สุด
4. การใช้ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.31	0.35	มาก
5. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์	4.56	0.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25	0.66	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงผลคะแนนความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่รวมหน่วย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.25$, S.D.=0.66) รายข้อพบว่า ตราสินค้าที่ใช้มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จดจำ และบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.56$, S.D.=0.60) รองลงมาคือ การใช้ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.31$, S.D.=0.35) ตามลำดับ



ภาพที่ 7 บรรจุภัณฑ์เบเกอรี่รวมหน่วย (บราวนี่ บราวนี่กรอบ คุกกี้ คุกกี้ลีนแมว)

สรุปและอภิปรายผล

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นรูปทรงเรขาคณิต วัสดุกระดาษอาร์ตการ์ด ความหนา 210 แกรม และช่องพลาสติกใส OPP (Oriented Polypropylene) การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นรูปแบบมินิมอล ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ผสมลวดลายกราฟิกและลายเส้นการ์ตูน สีน้ำตาล สีถึงสีส้ม และรสชาติของผลิตภัณฑ์ ระบบพิมพ์ออฟเซ็ทสีเดียว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ผลิตภัณฑ์บราวนี่ บราวนี่กรอบ คุกกี้ คุกกี้ลีนแมว ได้ทำการตัดแปลงและพัฒนาสูตรขึ้นมาเป็นสูตรของตนเอง ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความแข็งแรง ปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เกิดความเสียหาย แสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

จากการสอบถามผู้บริโภคพบว่า การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บราวนี่ บราวนี่กรอบ คุกกี้ คุกกี้ลีนแมว นิยมซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝาก วิธีการเลือกซื้อ คือ ด้วยวิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์หรือแอปพลิเคชัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรภรณ์ โสวัตตพงษ์ (2547: อ้างอิงใน สราวุธ เนียรวิฑูรย์ และ ภูริ ชุณหะวัณ, 2560: 1025) พบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อเบเกอรี่ในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด แสดงให้เห็นว่าห้างสรรพสินค้าเป็นช่องทาง การจัดจำหน่ายที่ดีของผู้ประกอบการเบเกอรี่ อาจเนื่องจากเป็นแหล่งชุมชนที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก มีความสะดวกสบายในการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ ทั้งนี้ในยุคสมัยปัจจุบันที่มีการบริการจัดส่งแบบ เดลิเวอรี่เป็นที่นิยมอาจจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและช่องทางการจัดจำหน่ายของ

ผู้บริโภค ปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของกลุ่มผู้บริโภค คือ บรรจุภัณฑ์โดยมีพฤติกรรมการบริโภคแบบเก็บรักษาไว้ทานอีกในภายหลังหรือในวันถัดไป และข้อมูลเกี่ยวกับด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าวัสดุบรรจุภัณฑ์ควรที่จะเป็นกระดาษฟิวด์เกรดสำหรับใส่อาหาร และมีข้อควรคำนึงที่ว่าโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ควรที่จะสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ และปัจจัยในการเลือกซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝาก คือ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและมีความน่าสนใจในลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบของความเป็นมินิมอล ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ สุขญา อากาศ (2559: 65) พบว่า ผู้ประกอบการเบเกอรี่แบบซื้อกลับบ้านควรออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ที่มีรูปลักษณ์และการตกแต่งที่มีความสวยงาม น่ารับประทานเพิ่มโอกาสที่ผู้บริโภคสามารถที่จะซื้อไปเป็นของฝากในโอกาสหรือเทศกาลต่าง ๆ

จากการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจในรูปแบบและการใช้งานต้นแบบทั้ง 5 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บราวนี่ บราวนี่กรอบ คุกกี้ คุกกี้ล้นแมว และบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และกลุ่มผู้บริโภคมีความคิดเห็นถึงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ว่าสามารถปกป้องสินค้าได้และตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนาวิ นันท์ชัยพลักษณ์ (2560: 95-100) พบว่า ด้านเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้ง่ายและเป็นที่ยอมรับส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกรูปแบบที่เป็นแนวสีโทนอบอุ่นมากกว่าสีโทนเย็น แตกต่างจากการเลือกใช้สีสีโทนปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพรรัตน์ พำขุนทด (2555: 260) พบว่า โทนมสีปานกลางสามารถทำให้รับรู้รสชาติมากกว่าโทนมสีเข้มและโทนมสีอ่อน โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน และมีลักษณะที่สะอาด ปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุสิธารา จันตาเวียง (2563: 67) พบว่า บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ บรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่สะอาด ปลอดภัย บรรจุภัณฑ์สามารถนำเสนอข้อมูลครบและชัดเจน ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการเปิดปิด มองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

- 1) ด้านการใช้งาน ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่ให้มีความแข็งแรง ทนทานมากขึ้น โดยเพิ่มความหนาของวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษอาร์ตการ์ด ความหนา 300 แกรม ขึ้นไป และเพิ่มการเคลือบกันชื้นเพื่อป้องกันไม่ให้กล่องบรรจุภัณฑ์ยุบนิ่ม เมื่อโดนน้ำและอากาศ
- 2) ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ควรออกแบบให้มีลักษณะโดดเด่น แปลกใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันหรือกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและวัยทำงาน รวมทั้งปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามโอกาสและเทศกาลต่าง ๆ เพื่อผู้บริโภคที่ต้องการซื้อไปเป็นของฝาก
- 3) ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ควรศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมักมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ

เอกสารอ้างอิง

- ทิพย์รัตน์ พ้าขุนทด. (2555). ศึกษาและออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อถึงรสชาติ รูปลักษณ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่: กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ค้ำส่ง. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2555*, 10 เมษายน 2555 ณ อาคาร 6 มหาวิทยาลัยรังสิต, 260-266.
- พัชร์ศศิ ศรีพิพัฒน์พรกุล และ ฉันทนา ปาปัดถา. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเบเกอรี่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิจัยและนวัตกรรม สถาบันอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร*[ออนไลน์], 6(1), <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/ivebjournal/article/view/259861/177932>.
- พุทธวรรณ เลาะหะนะ. (29 พฤษภาคม 2566). ผู้ประกอบการ Jack & Joy Bakery. สัมภาษณ์.
- มารยาท โยทองยศ และ ปราณี สวัสดิ์สรรพ์. (2566). *การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย*[ออนไลน์]. <http://dspace.nstru.ac.th:8080/dspace/bitstream/123456789/1580/3/เอกสารหมายเลข2.pdf>.
- ยุพาวดี สมบูรณ์กุล. (2566). *การบรรจุหีบห่อ*[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2566, จาก: <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/unit4/Subm1/U416-1.htm>.
- รัตนวารี นันท์ชัยฤกษ์. (2560). *การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ภายใต้แบรนด์ Amery*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิตล.
- วรรณภรณ์ สุขแจ่ม. (2560). *พฤติกรรมการเลือกซื้อเบเกอรี่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สุขญา อากาศพร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรารุช เนียรวิฑูรย์ และ ฐริ ชุณหขจร. (2560). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2560*, 28 เมษายน 2560 ณ อาคาร 6 มหาวิทยาลัยรังสิต, 1018-1029.
- อุสิธรา จันตาเวียง. (2563). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทย*. *วารสารวิจัยเทคโนโลยีนวัตกรรม*[ออนไลน์], 4(2), <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JIT/article/view/243517/165487>.