

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒

ผลของกลยุทธ์บรรณกิจต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์

เบญญาภา สิทธิกิตติกรณ์

11 ส.ค. 2557

TH0020608

333275

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อสารการตลาด

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ เบนจญาภา สิทธิกิตติกรณ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

นิพนธ์ ๗ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์)

ดวงเดือน แซ่ตั้ง อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ดร.ดวงเดือน แซ่ตั้ง)

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

นิพนธ์ ๗ ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์)

ดวงเดือน แซ่ตั้ง กรรมการ
(ดร.ดวงเดือน แซ่ตั้ง)

สุนัน นงศ์กิตติวิบูลย์ กรรมการ
(ดร.สุนัน นงศ์กิตติวิบูลย์)

ปารเมศ วรเศษานนท์ กรรมการ
(ดร.ปารเมศ วรเศษานนท์)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพา

ปารเมศ วรเศษานนท์ คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(ดร.ปารเมศ วรเศษานนท์)

วันที่ ๒๕ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๔

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เนื่องด้วยความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย เริ่มจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา ข้อชี้แนะ ความช่วยเหลือต่าง ๆ รวมถึงเชิญเชิญพร้อมทั้งให้กำลังใจจนกระทั่งงานนิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

และขอกราบขอบพระคุณ ดร. ดวงเดือน แซ่ตั้ง อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ร่วม และ กรรมการสอบงานนิพนธ์ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ และ ดร.ปารเมศ วรรณานนท์ ที่ให้ความกรุณา ในการให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัย รวมทั้งขอขอบคุณกลุ่ม แปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (บ้านคม) ที่ให้โอกาสได้เข้าไปศึกษา และให้ข้อมูลต่าง ๆ

ขอบคุณเพื่อน ๆ ปริญญาโทนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาสื่อสารการตลาด รุ่นที่ 1 ทุกคนที่เป็นกำลังใจและคอยตามได้ตลอดมา รวมถึงผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีได้เอ่ยนามไว้ ณ ที่นี้ สุดท้ายนี้ขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวที่คอยดูแล และให้กำลังใจอยู่เสมอ

เบญญาภา สิริทกิตติกรณ

52921032: สาขาวิชา: สื่อสารการตลาด; นศ.ม. (สื่อสารการตลาด)

คำสำคัญ: ทักษะ/ กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์/ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

เบญญาภา สิริทิตติกรณ์: ผลของกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ (THE EFFECT OF PACKAGING STRATEGY ON CONSUMER ATTITUDES TOWARD THE PRODUCT) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, Ph.D., 73 หน้า. ปี พ.ศ. 2554.

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาผลของกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการวิจัยกึ่งทดลองเพื่อเปรียบเทียบผลของการใช้ และการไม่มีกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ ณ ศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง อำเภอ พนสนิคม จังหวัด ชลบุรี โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคเพศหญิงอายุ 25 ปีขึ้นไป รวมทั้งสิ้น 120 คน โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตรประมาณค่าแบบกราฟิก 7 ระดับเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-Test ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์มากกว่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

52921032: MAJOR: MARKETING COMMUNICATION; M.Com.Arts

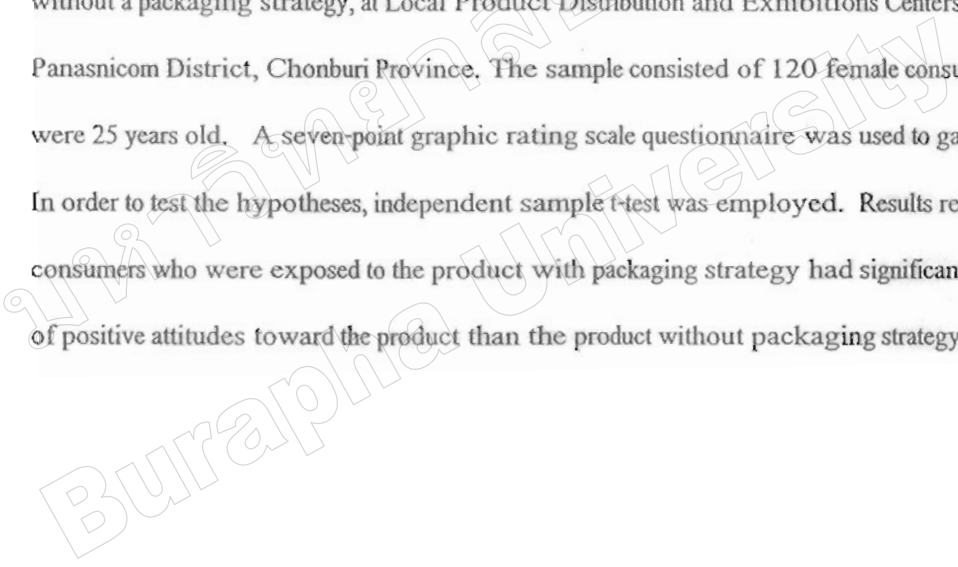
(MARKETING COMMUNICATION)

KEYWORDS: ATTITUDES/ PACKAGING STRATEGY/ ONE TAM ONE PRODUCT

BENYAPHA SITTIDITTIKRON: THE EFFECT OF PACKAGING STRATEGY ON CONSUMER ATTITUDES TOWARD THE PRODUCT. ADVISORY COMMITTEE:

CHOMPUNUCH PUNYAPAIROJE, Ph. D., 73 P. 2011.

The purpose of this current research was to study the effect of packaging strategy on consumer attitudes toward a product. Quasi-Experimental Research Design was employed to compare between consumer attitudes toward a product with a packaging strategy and the product without a packaging strategy, at Local Product Distribution and Exhibitions Centers of Panasnicom District, Chonburi Province. The sample consisted of 120 female consumers who were 25 years old. A seven-point graphic rating scale questionnaire was used to gather the data. In order to test the hypotheses, independent sample t-test was employed. Results revealed that the consumers who were exposed to the product with packaging strategy had significant higher levels of positive attitudes toward the product than the product without packaging strategy at .001 level.



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฌ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐาน.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ขอบเขตของงานวิจัย.....	5
นิยามศัพท์.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุกัญชา.....	10
โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”.....	23
ความเป็นมาของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (บ้านตม).....	25
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและการวัดทัศนคติ.....	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	41
กลุ่มตัวอย่าง.....	41
แบบแผนการทดลอง.....	41
รูปแบบการวิจัยทดลองและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การหาคุณภาพแบบสอบถาม.....	45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การดำเนินการวิจัย	45
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	45
4 ผลการวิจัย	47
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์	48
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ที่มีและไม่มีกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม	49
ส่วนที่ 3 ผลของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ที่มีและไม่มีกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ โดย เปรียบเทียบระหว่าง กลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม	50
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	52
สรุปผลการวิจัย	52
อภิปรายผล	53
ข้อเสนอแนะทั่วไป	55
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	55
บรรณานุกรม	57
ภาคผนวก	60
ประวัติย่อของผู้วิจัย	73

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2-1 การปฏิบัติการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ.....	21
2-2 ศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี.....	27
2-3 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (บ้านดม).....	28
3-1 จดลากผลิตภัณฑ์เกลือน้ำแร่ชะผิว (ของเดิม).....	43
3-2 จดลากผลิตภัณฑ์เกลือน้ำแร่ชะผิว (ของใหม่).....	43

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 การปฏิบัติการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ.....	21
2-2 คู่แข่งทางการตลาด (ในจังหวัดชลบุรี).....	29
3-1 รูปแบบการวิจัยทดลอง และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง.....	40
4-1 แจกแจงความถี่แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง.....	48
4-2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่สนคิดต่อผลิตภัณฑ์ที่มี และไม่มีการวางกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์: การรู้คิดระหว่างกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม.....	49
4-3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่สนคิดต่อผลิตภัณฑ์ที่มี และไม่มีการวางกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์: ความรู้ดีระหว่างกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม.....	50
4-4 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่สนคิดต่อผลิตภัณฑ์ที่มี และไม่มีการวางกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์: ด้านการพร้อมกระทำระหว่างกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม.....	50
4-5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่สนคิดต่อผลิตภัณฑ์ที่มี และไม่มีการวางกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์: โดยรวมทั้ง 3 องค์ประกอบระหว่างกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม.....	51
ข-1 จำนวนบริษัทผู้ผลิต.....	65
ข-2 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์.....	68