

หัวข้องานวิจัยเรื่อง	การใช้สีในบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
หัวหน้าโครงการ	นายเอกชัย โถเหลียง
ผู้ร่วมโครงการ	นางสาวจันทร์ประภา พวงสุวรรณ
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการพิมพ์
คณะ	เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
ปีงบประมาณ	2550

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติความชอบที่มีผลต่อสีในการตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้าทอมือ และขนมเบื้องกรอบ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า OTOP ของจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน จำแนกเป็นชาวไทย ร้อยละ 50 และชาวต่างชาติ ร้อยละ 50 โดยกำหนดให้เพศชายและเพศหญิงมีจำนวนเท่ากัน การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ค่าร้อยละ และใช้ t-test สำหรับแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยของสีที่มีการตัดสินใจซื้อของกลุ่มชาวไทยและกลุ่มชาวต่างชาติ จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจะมีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท และการเข้าซื้อสินค้า OTOP ผ้าทอมือ และขนมเบื้องกรอบนั้นส่วนใหญ่จะซื้อเป็นของขวัญและของฝาก โดยส่วนใหญ่แล้วมีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อจะขึ้นอยู่กับตัวบรรจุภัณฑ์ รองลงมาคือ ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยสำคัญในภาพรวมในการตัดสินใจซื้อ นั่นก็คือ การใช้สี เนื่องจากสีเป็นตัวสิ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจ สะดุดตา และเกิดความสวยงาม อีกทั้งยังสามารถสื่อถึงเทศกาลต่างๆ ได้ ซึ่งจากการทดลองใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ พบว่า ชาวไทยมีระดับคะแนนความชอบเฉลี่ยสูงสุดที่การใช้สีโทนร้อน ที่บรรจุภัณฑ์แบบ a มีระดับคะแนน 4.59 (ชอบมากที่สุด) สำหรับชาวต่างชาติมีระดับคะแนนความชอบเฉลี่ยสูงสุดที่การใช้สีโทนเย็น ที่บรรจุภัณฑ์แบบ f มีระดับคะแนน 4.18 (ชอบมาก) สำหรับขนมเบื้องกรอบ พบว่า ชาวไทย มีระดับคะแนนสูงสุดที่การใช้สีโทนร้อน การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์แบบ d ที่คะแนน 4.45 (ชอบมาก) ชาวต่างชาติ มีระดับคะแนนความชอบในระดับมากที่สุด มีคะแนน 4.51 ที่การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์แบบ b ความชอบสีของชาวไทยไม่ว่าจะเป็นผ้าทอมือหรือขนมเบื้องกรอบนั้น คือสีในโทนร้อน ส่วนชาวต่างชาติมีความชอบสีบนบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบการใช้สีโทนเย็นเป็นส่วนใหญ่