

199804

การวิจัยเชิงทดลองในครั้งนี้ เป็นแบบ 4 x 2 แฟคทอเรียล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการใช้สี 4 ประเภท คือ สีร้อนสื่อถึงคุณประโยชน์, สีร้อนสื่อถึงอารมณ์ความรู้สึก, สีเย็นสื่อถึงคุณประโยชน์, และสีเย็นสื่อถึงอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งในการทดลองนี้คือ สีแดงแก่ สีน้ำเงิน สีส้มอมเหลืองอ่อน และสีเขียวอมเหลืองตามลำดับ กับสินค้า 2 ประเภท คือ สินค้ามุ่งเน้นประโยชน์ใช้สอย และสินค้ามุ่งเน้นอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งในการทดลองนี้คือ ยาสีฟันและช็อกโกแลตแท่ง ที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้า, ทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์, และความตั้งใจซื้อ โดยทำการวิจัยกับนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 256 คน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550

ผลการวิจัย พบว่า ประเภทของสีของบรรจุภัณฑ์ที่ต่างกันส่งผลต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแบบห้าวหาญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนประเภทของสินค้าที่ต่างกันส่งผลต่อทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์ และความตั้งใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้นเมื่อทดสอบผลกระทบบางประการระหว่างประเภทของสีและประเภทสินค้า ก็พบว่าประเภทของสีบรรจุภัณฑ์และประเภทของสินค้าส่งผลกระทบร่วมกันต่อทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

199804

This experimental study was a 4 x 2 factorial design. Its objectives were to examine the main and interaction effects of four color types (warm-functional color, warm-sensory color, cool-functional color, and cool-sensory color), and two product types (hedonic product and utilitarian product) on brand personality, attitude towards packaging, and purchase intention. In this study, dark red, blue, light yellow-orange and yellow-green were used to represent four color types respectively, while toothpaste and chocolate bar were used to represent two product types. The experimental participants were two hundred and fifty-six bachelor students at Bangkok University.

The results presented that different types of packaging colors only significantly effected Ruggedness brand personality while different types of products significantly effected consumer's attitude, and purchase. Besides, the interaction effects of color types and product types on consumer's attitude, and purchase intention were found.