

วิภาวี กระตุกนัย 2551: การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ สำหรับการพัฒนากลยุทธ์เทคโนโลยีการบรรจุ
ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการบรรจุ) สาขาเทคโนโลยีการบรรจุ ภาควิชา
เทคโนโลยีการบรรจุ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภิญญา ศิลาชัย, Ph.D.
151 หน้า

การศึกษาองค์ประกอบของภาชนะบรรจุที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสูงอายุ เพื่อ
ศึกษาหาความสำคัญของคุณลักษณะและรูปแบบที่มีคุณประโยชน์ขององค์ประกอบบนภาชนะบรรจุที่มีคุณค่า
มากที่สุด เพื่อแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุตามอิทธิพลขององค์ประกอบภาชนะบรรจุ และเพื่อกำหนดกลยุทธ์ใน
การพัฒนาภาชนะบรรจุที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุแต่ละกลุ่มต่อไป โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม
(Focus group Interview) กับผู้บริโภคสูงอายุจำนวน 5 กลุ่ม กลุ่มละประมาณ 5-6 คน โดยผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์
ต้องอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมีอายุระหว่าง 50-65 ปี และจบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบว่า
องค์ประกอบของภาชนะบรรจุที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ สามารถแบ่งเป็นคุณลักษณะได้ 5
คุณลักษณะ คือ ราคา ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า การรักษาสีแว่นล้น ความสะดวกในการเปิด และความ
เหมาะสมทางกายภาพของภาชนะบรรจุ โดยแต่ละคุณลักษณะสามารถแบ่งเป็นระดับเพื่อหาว่าคุณประโยชน์
และความสำคัญ โดยใช้วิธี Conjoint Analysis ทดสอบกับผู้บริโภคสูงอายุจำนวน 402 คน พบว่าคุณลักษณะที่
ผู้บริโภคสูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ราคา, การรักษาสีแว่นล้น, ความเหมาะสมทางกายภาพของ
ภาชนะบรรจุ, ความสะดวกในการเปิดและความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์การจัด
กลุ่มผู้บริโภค ซึ่งเป็นเทคนิคที่มีความสำคัญต่อการวิจัยทางการตลาด โดยใช้วิธี Cluster analysis สามารถแบ่ง
ผู้บริโภคสูงอายุออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่ม Cognitive buyer เป็นกลุ่มที่ต้องการให้ภาชนะบรรจุมีการแสดงข้อมูล
ที่ชัดเจน โดยกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด กลุ่ม Convenience seeker เป็นกลุ่มที่ต้องการภาชนะบรรจุที่
อำนวยความสะดวกแก่ตนเป็นหลัก กลุ่ม Price Consciousness เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญเรื่องของราคาเป็นหลัก
กลุ่ม Green consumer เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญในเรื่องของภาชนะบรรจุที่ช่วยรักษาสีแว่นล้น และกลุ่ม
สุดท้าย กลุ่ม Handy-grip seeker เป็นกลุ่มที่คำนึงถึงลักษณะทางกายภาพของภาชนะบรรจุ โดยต้องการภาชนะ
บรรจุที่สามารถพกพาได้สะดวก จากลักษณะของผู้บริโภคสูงอายุที่แตกต่างกันนี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการ
จัดหาสินค้าและบริการให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคสูงอายุสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่
สนใจ และสามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาและออกแบบภาชนะบรรจุเพื่อให้ดึงดูดใจและ
เหมาะสมกับผู้บริโภคสูงอายุแต่ละกลุ่มต่อไป

วิภาวี กระตุกนัย
ลายมือชื่อนิติ


ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

24 / 04 / 51