

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการจดจำตราสินค้าน้ำผลไม้บรรจุกล่อง ของกลุ่มนักศึกษา
คำสำคัญ	ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ความพึงพอใจและการจดจำต่อบรรจุภัณฑ์
ชื่อนักศึกษา	จารวี กระแสร์ชล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2560

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและการจดจำตราสินค้าของบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้ 2) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการจดจำตราสินค้าบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้ จำแนกโดยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ 3) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณสมบัติและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อความพึงพอใจและการจดจำตราสินค้าน้ำผลไม้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาทั้งชายและหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่เพศมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัจจัยด้านอายุ และรายได้ต่อเดือนมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละด้าน 2) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการจดจำตราสินค้าน้ำผลไม้บรรจุกล่อง เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุ และ เพศ ตามลำดับ และ 3) ระดับอิทธิพลของคุณสมบัติและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ปัจจัยด้าน ความพึงพอใจโดยรวม ความพึงพอใจตราสินค้า ความพึงพอใจด้านการตอบสนอง และความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้ มีอิทธิพลที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

Thesis Title	Packaging Attributes Affecting Student's Satisfaction And Brand Recognition Of Packaged Fruit Juice
Keyword	Packaging characteristics / Packaging Satisfaction
Student	Jarawee Krasaechon
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr. Chonlatis Darawong
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2017

ABSTRACT

The purpose of this research was 1) to study the level of brand satisfaction and brand recognition of fruit juice packaging. 2) To compare the demographic characteristics that affect the brand recognition of fruit juice packaging. 3) to study the influence of the properties and aesthetics of packaging on the satisfaction and brand recognition of fruit juice. The sample was used in the research. Both male and female students Age of 18 years and over was used to collect data. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA. And multiple regression analysis.

The findings were as follows: 1) Personal factors, ie, gender, satisfaction were not significantly different. Age factor 2) Demographic factors that affect the recognition of fruit juice cartons. Sort by descending order: Income per month, age and sex respectively; and 3) Influence of the properties and aesthetics of packaging on satisfaction. Overall satisfaction factor. Brand Satisfaction Satisfaction Response And satisfaction with fruit juice packaging. Influence was not significantly different.