

The Effect of Product Package Design on the Elementary School Students' Purchase Intention - Taking the Leisure Food as an

蘇靖雯、楊豐兆

E-mail: 9900552@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Consumers buy products based on their first impressions on the packages. That is to say, the more attractive packages of products are, the more purchase intentions increase. Therefore, how can products be packaged to attract consumers to buy has been an important issue every company emphasizes much. This study is focus on the effects of product packaging designs on primary school students' purchase intention, and the preference for product packaging designs among different graders in the primary schools. Building on the literature review and analysis, this study has summed up the four main elements of product packaging designs, which are color, graphics, fonts and shape. Furthermore, a questionnaire survey was conducted on primary schools students, whom were grouping into 3: the first and second graders as one group, the third and fourth graders as one group, and the fifth and sixth graders as one group. 306 operative questionnaires were received among 310 ones and to analyze the obtained data, SPSS 12.0, descriptive statistics, reliability test, one-way ANOVA and independent samples T test were adopted. The results showed that: (A) The product packaging designs have the direct influences on the purchase intentions among primary schools students; (B) The four elements-color, graphics, fonts and shape of the product packaging affect primary schools students' purchase intentions; (C) Younger students' purchase intention are more easily affected by product packaging designs than the others.

Keywords : product packaging ; purchase intention ; leisure food

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vii 表目錄		ix 圖目錄	
x 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	3	第三節 研究範圍與限制	3
4 第三節 研究流程	4	第二章 文獻探討	4
6 第一節 包裝與設計	6	第二節 消費者行為	6
16 第三章 研究方法	24	第一節 研究模型與假設	24
24 第二節 研究變項之操作性定義	25	第三節 問卷設計	25
26 第四節 抽樣設計及資料分析方法	28	第四章 研究結果與分析	28
30 第一節 量表信度分析與描述	30	第二節 樣本之描述性統計分析	31
33 第二節 人口統計變項、產品包裝設計屬性態度與購買意願之分析	37	第三節 人口統計變項與產品包裝設計四大要素之分析	37
49 第五節 研究假設結果檢定	47	第五章 結論與建議	49
52 第一節 研究發現與結論	49	第二節 研究建議	52
63 參考文獻	55	附錄A 產品包裝設計對小學生購買意願之影響問卷	63

REFERENCES

一、中文部分 AC Nielsen(2007)逾六成港人愛吃零食新年花費逾十億台幣[線上資料]，來源:

<http://www.epochtimes.com/b5/8/1/18/n1981725.htm> [2009, November 18]。Gobe, M. (2001), 高感性品牌行銷:頂級品牌形象大師的經典力作(辛巴譯), 台北:藍鯨出版, (原文於2001年出版)。Giles, C. (2004), 包裝設計(郭惠玲, 林延德譯), 台北:視傳文化, (原文於2001年出版)。Hawkins, D. I., Best, J. R., & Coney, A. K. (2006), 消費者行為:建立行銷策略(葉日武譯), 台北:前程企業管理有限公司, (原文於2003年出版)。Kotler, P. (1998), 行銷管理學:分析, 計劃, 執行與控制(方世榮譯), 台北:東華書局, (原文於1998年出版)。Roger, D. B., Paul, W. M., & James, F. E. (2001), 消費者行為(謝文雀編譯), 台北:華泰書局, (原文於2001年出版)。Solomon, R. M. (2005), 消費者行為(陳志銘, 郭庭魁, 杜玉蓉, 蕭幼麟, 周佳樺譯), 台北:台灣培生教育出版, (原文於2004年出版)。Solomon, R. M. (2007), 行銷學(李如

玲, 陳盈如, 周軒逸譯), 台北:台灣培生教育出版股份有限公司, (原文於2006年出版)。Zyman, S. (2004), 幹嘛打廣告: 瑟吉歐·柴曼的行銷策略大預言(李紹廷譯), 台北:商周出版, (原文於2003年出版)。金子修也(1998), 包裝設計 - 夜晚和地球都是包裝(廖志忠譯), 台北:博遠圖書股份有限公司, (原文於1989年出版)。中華民國國家標準(CNS)檢索系統(2008), 外國標準查詢[線上資料], 來源:
http://www.cnsonline.com.tw/preview/preview.jsp?general_no=0405900&language=C&page_count=25 [2009, May 20]。王友江(2004), 平面設計基礎, 北京:中國紡織出版社。王心怡(2002), 整合消費者觀點之綠色產品包裝設計評量模式, 私立銘傳大學設計管理研究所未出版之碩士論文。王志剛, 謝文雀(1995), 消費者行為, 台北:華泰書局。王萍霜(2000), 國民小學教科書消費者教育內涵分析之研究, 國立嘉義大學國民教育研究所未出版之碩士論文。何耀宗(1996), 商業設計入門, 台北:雄獅圖書。余詩敏(2008), 國小兒童對零食包裝之視覺設計意象研究, 國立雲林科技大學視覺傳達設計系碩士班未出版之碩士論文。李天來(2004), 設計VS包裝, 台北:紅蕃薯文化事業有限公司。李淑靜(2003), 國小六年級學童零食飲料消費狀況以及與父母和學校態度相關性之探討 - 以台南縣市為例, 國立台南師範學院社會科教學碩士班未出版之碩士論文。李硯祖(2002), 視覺傳達設計欣賞, 台北:五南圖書股份有限公司。洪慕妮(2002), 家長對兒童消費社會化之影響 - 以零售消費知識、技巧與態度為指標, 國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文。林彥伶(2004), 綠色產品包裝視覺設計與消費者購買行為關係之研究 - 以綠色洗衣清潔劑為例, 私立銘傳大學設計管理研究所未出版之碩士論文。東方消費者行銷資料庫(2006), 洋芋片[線上資料], 來源: <http://www.isurvey.com.tw/cgi-bin/big5/file/pu50?q7=20&q8=20100104-203.73.89.644:59&q9=54&q2=2&q33=零食&q34=&q35=&q36=&q37=&q99=> [2009, March 23]。姚念周(1999), 消費者如何進行消費行為, 食品資訊, 162, 39-45。胡蘭沁(2002), 由零用錢之運用探討中小學生消費行為之社會化, 台南師院學報, 35, 227-266。胡蘭沁, 李淑靜(2004), 國小六年級零食飲料消費狀況以及與父母和學校態度相關性之探討 - 以台南縣市為例, 南師學報, 38(1), 61-89。徐淑敏, 林麗華(2007), 國小高年級學童的金錢態度與消費行為, 教育實踐與研究, 20(2), 1-28。耿筠(2005), 行銷管理 - 理論與架構, 台北:華泰文化事業公司。美國國家標準系統(2006), Safety of Machinery Package[線上資料], 來源:
<http://www.nssn.org/search/DetailResults.aspx?docid=643159&selnode=> [2009, October 30]。陳振甫(2000), 包裝研究, 第五屆全國設計學術研究成果暨實務講座研討會(PP. 11-37), 台北:中華民國設計學會。陳琪婷, 謝邦昌, 陳政雄(2003), 大陸飲料消費型態之研究 - 以北京為例, 突破觀光新困境與觀光產業再造學術研討會論文集, 17-31, 台北:中華觀光管理學會。陳淑慧, 蘇子忻(2004), 產品包裝對消費者認知價值影響之研究 - 以餅乾包裝為例, 遠東學報, 21(2), 445-458。陳志權(2006), 現代包裝設計與消費心理關係, 包裝工程, 27(1), 246-247。康台生(2004), 包裝設計策略之探討與應用, 國立台灣師範大學設計研究所未出版之碩士論文。張碧君(2008), 數位相機包裝盒之附加功能與造型設計研究, 私立實踐大學產品與建築設計研究所未出版之碩士論文。張慧如(2002), 商業包裝設計, 台北:藝風堂出版。張春興(2001), 教育心理學, 台北:東華書局。許世恬(2007), 圖文傳達對速食產品包裝品牌形象喜好之影響, 國立雲林科技大學視覺傳達設計系未出版之碩士論文。許杏蓉(2002), 以「包裝造形」的角度探討台灣商業包裝設計, 藝術學報, 70, 29-42。許杏蓉(2003), 現代商業包裝學 - 理論、觀念、實務, 台北:視傳文化事業有限公司。許杏蓉, 王大鈞(2006), 地方文化特色應用於特產包裝設計之研究 - 以淡水鎮特產包裝設計, 造形藝術學刊, 97-112。程仕楷(2006), 商品的包裝與銷售, 台北:國家出版社。黃月春(1997), 消費者行為模型之釋評, 臺中商專學報, 29, 415-427。黃資涵(2007), 探討滑鼠包裝型態與吸引消費者注意之關連, 私立銘傳大學設計管理研究所未出版之碩士論文。黃學瑛(2007), 屏東地區國小兒童速食消費行為之研究 - 以麥當勞為例, 國立屏東教育大學教育行政研究所未出版之碩士論文。黃雅卿(2007), 符合高齡者辨識之感冒藥包裝視覺設計研究, 國立台中技術學院商業設計研究所未出版之碩士論文。新形象編輯部(1994), 名家創意包裝設計, 台北:新形象出版。葉金燦, 林瓊菱(2005), 設計行銷 - 消費者的視覺素養剖析, 台北:新文京出版社。鄧成連(1995), 最新包裝設計實務, 台北:星狐出版社。榮泰生(1999), 消費者行為, 台北:五南圖書出版有限公司。廖淑伶(2007), 消費者行為理論與應用, 台北:前程文化事業有限公司。簡美倫(2005), 兒童手機市場研究與設計, 私立華梵大學工業設計系未出版之碩士論文。歐盟包裝材料指令(2003) 歐盟各會員國執行「包裝及包裝廢棄物」指令情形[線上資料], 來源:
http://ekm92.trade.gov.tw/BOFT/web/report_detail.jsp?data_base_id=DB009&category_id=CAT3764&report_id=93079 [2009, November 26]。龍冬陽(1994), 商業包裝設計, 台北:檸檬黃文化事業公司。顏鎮榮(2000), 中文字體結構與基本筆劃之造形研究, 嶺東學報, 11, 206-214。蘇昊鳴(2008), 消費者對台灣高粱酒禮盒包裝設計之偏好研究, 私立銘傳大學設計管理研究所未出版之碩士論文。二、英文部分 Center For Science in The Public Interest(CSPI)(2003). Pestering parents: How food Companies Market Obesity to Children [Online]. Available: <http://www.cspinet.org/new/pdf/pesteringparentsnopictures.pdf> [2009, November 10]。Dan, S. A., & Robert, H. R. (2000). What Kids Buy and Why: The Psychology of Marketing to Kids. Paper presented at the Restaurant Hospitality 's Kids Marketing Conference. Engle, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, T. D. (1995). Consumer Behavior. Orlando Chicago: Dryden Press. Engle, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). Consumer Behavior. Orlando Florida: Dryden Press. Grossbart, S., Carlson, L., & Walsh, A. (1991). Consumer socialization and frequency of shopping with children. Journal of Academy of Marketing Science, 19(3), 155-163. Kotler, P., & Gary, A. (2004). Principles of Marketing(10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Kotler, P. (1998). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. New York: Prentice-Hall, Inc. McNeal, J. U. (1987). Children as Consumers: insights and implications. Massachusetts: Lexington. McNeal, J. U., & Yeh, C. H. (1993). Born to shop. American Demographics, 15(6), 34-39. Piaget, J. (1929). The Child's Conception of the World. London: Routledge & Kegan Paul. Robertson, T. S., Zielinski, J., & Ward, S. (1984). Consumer Behavior. Illinois: Scott, Foresman, and Company. Ruth, R., & Carol, B. (2000). The verbal and visual components of package design. Journal of Product and Brand Management, 9(1), 56-70. Ward, S. (1974). Consumer Socialization. Journal of Consumer Research, 1, 1-14.