

ชื่อเรื่อง : กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการรับรู้คุณค่าของเกลือทะเล
จังหวัด ราชบุรีในประเทศไทย

ผู้วิจัย : ชัญญณ์ท์ กริมใจ, อาลี เส็มเกอ และปองพล วงศ์วิศิษฐ์

ปี : 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ต่อการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคที่มีต่อเกลือทะเลจังหวัดราชบุรี ในประเทศไทย ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีชื่อเสียงด้านผลิตภัณฑ์เกลือทะเลคุณภาพสูงแบบดั้งเดิม เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นและความจำเป็นของผู้ผลิตท้องถิ่นในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ การทำความเข้าใจว่ากลยุทธ์การตลาดเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคอย่างไรจึงเป็นสิ่งสำคัญ งานวิจัยนี้ใช้การออกแบบแบบผสม (Mixed-method) โดยผสมผสานการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุม ข้อมูลถูกเก็บจากผู้บริโภคเกลือทะเลจำนวน 385 คน ผ่านแบบสอบถามเชิงโครงสร้างที่วัดผลกระทบของการตลาดออนไลน์ การเล่าเรื่องแบรนด์ และกลยุทธ์ส่งเสริมการขายเชิงสร้างสรรค์ต่อการรับรู้คุณค่า การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติพรรณนาเพื่อสรุปข้อมูลประชากรและพฤติกรรมของผู้บริโภค, t-test และ ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม, MANOVA เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรตามหลายตัวพร้อมกัน, การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise เพื่อระบุตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุด

ผลการศึกษาพบว่าการตลาดออนไลน์และกลยุทธ์ส่งเสริมการขายเชิงสร้างสรรค์ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่การเล่าเรื่องแบรนด์ก็มีบทบาทสำคัญในการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ผลลัพธ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการผสมผสานกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์หลายรูปแบบเพื่อเสริมสร้างการรับรู้และความชื่นชอบต่อผลิตภัณฑ์ในตลาดแบบดั้งเดิมและเฉพาะกลุ่ม งานวิจัยนี้ให้ข้อมูลเชิงปฏิบัติแก่ผู้ผลิตและนักการตลาดท้องถิ่นว่า การใช้การตลาดดิจิทัล การเล่าเรื่อง และโปรแกรมส่งเสริมการขายร่วมกันอย่างเหมาะสมสามารถเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภค ปรับปรุงการประเมินคุณค่า และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การตลาดเชิงสร้างสรรค์, การรับรู้คุณค่า, เกลือทะเล, การตลาดออนไลน์, การเล่าเรื่องแบรนด์

Title : Creative Marketing Strategies to Enhance Consumers' Perceived Value of Ratchaburi Sea Salt, Thailand

Researcher : Chanyanat Krimjai, Ali Sempher and Pongphon Wongwisit

Year : 2025

ABSTRACT

This study investigates the effects of creative marketing strategies on consumers' perceived value of sea salt produced in Ratchaburi, Thailand, a region known for its high-quality traditional sea salt products. In light of increasing competition and the need for local producers to enhance product differentiation, understanding how innovative marketing approaches influence consumer perception is crucial. This research adopts a mixed-method design, combining quantitative and qualitative approaches, to provide a comprehensive analysis. Data were collected from 385 sea salt consumers using structured questionnaires that measured the impacts of online marketing, brand storytelling, and creative promotional strategies on perceived value. Statistical analyses included descriptive statistics to summarize demographic and behavioral data, t-tests and ANOVA to compare group differences, MANOVA to assess multiple dependent variables simultaneously, correlation analysis to explore relationships among variables, and Stepwise Multiple Regression Analysis to identify the most influential factors. The findings reveal that online marketing and creative promotional strategies significantly enhance consumers' perceived value, while brand storytelling also plays a meaningful role by fostering emotional engagement and loyalty toward the product. These results highlight the importance of integrating multiple creative marketing approaches to strengthen product positioning and consumer appreciation in traditional and niche markets.

The study provides practical insights for local producers and marketers, emphasizing that a well-designed combination of digital marketing, storytelling, and promotional creativity can increase market visibility, improve consumer perception, and ultimately support sustainable business growth. This research contributes to the academic literature by offering empirical evidence on the effectiveness of creative marketing strategies in the