

พฤติกรรมของผู้บริโภคและความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

จันทร์จิรา จันทร์กระจ่าง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

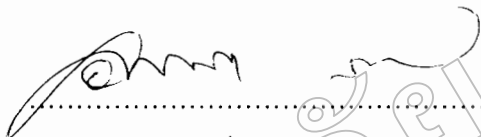
คณะกรรมการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2554

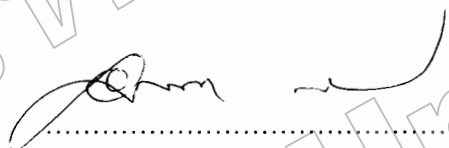
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ จันทรจิรา จันทรกระจ่าง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัย
บูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์

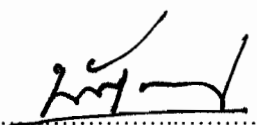

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชัย สุนทรสมย์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์


.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชัย สุนทรสมย์)


.....กรรมการ
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์)

วันที่ ๒๙ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๔

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี ก็ด้วยความอนุเคราะห์ ช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณ
หลายท่านที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่
เป็นอย่างดี ท่านที่มีพระคุณท่านแรกที่ขอระลึกถึง คือ รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชัย สุนทรสมัย
อาจารย์ที่ปรึกษาคนควาอิสระฉบับนี้ ที่ท่านได้ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำและแนวทางที่ถูกต้อง
ตั้งแต่เริ่มต้นหัวข้อการวิจัย การวิเคราะห์ผล จนกระทั่งสำเร็จเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ที่สอนในระดับปริญญาโททุกท่าน รวมทั้ง
เจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท ที่ช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ข้าพเจ้า
เสมอมา และทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อ
ความสมบูรณ์ของงานวิจัย นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ
ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

งานนิพนธ์ฉบับนี้ อาจไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีได้ หากปราศจากกำลังใจและ
ความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคนในครอบครัว คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัย
ขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา รวมถึงคุณครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน
และหวังว่างานนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อการศึกษาและ
ผู้ประกอบการต่อไป

จันทร์จิรา จันทร์กระจำ

52921003: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: พฤติกรรมของผู้บริโภค/ กลยุทธ์ทางการตลาด/ ผลิตภัณฑ์/ น้ำผลไม้พร้อมดื่ม/ อำเภอเมือง/ จังหวัดระยอง

จันทร์จิรา จันทร์กระจำง: พฤติกรรมของผู้บริโภคและความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่มในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง (THE CONSUMER BEHAVIOR AND SATISFACTION TO MARKETING STRATEGY FOR FRUIT JUICE INDUSTRY IN MUANG, RAYONG AREA). อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, บธ.ค., 55 หน้า. ปี พ.ศ. 2554.

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่มในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาด และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลยุทธ์ทางการตลาด ประชากรที่ทำการวิจัย คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง อายุ 15 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย และขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 200 ตัวอย่าง

การทําวิจัยครั้งนี้เป็นการทําวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ร้อยละ ความถี่ t-test, ANOVA

ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 15-22 ปี รายได้ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 5,001-10,000 บาท อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา สำหรับระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับมัธยมศึกษา และสถานภาพส่วนใหญ่เป็นโสด

พฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อด้วยเหตุผลด้านราคา จำนวนครั้งที่ซื้อโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ปริมาณในการซื้อต่อ 1 ครั้งอยู่ที่ 1 ถ้วยใหญ่ (1 lit.) เหตุผลในการซื้อเพื่อบริโภคเอง ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นตัวผู้บริโภคเอง และแหล่งข้อมูลข่าวสารเป็นสื่อโทรทัศน์

ระดับความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดอยู่ในระดับพอใจมาก โดยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า มีระดับความพึงพอใจมาก

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาด พบว่า เพศมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด แต่แตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ช่วงอายุมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ไม่แตกต่างกันในด้านส่งเสริมการตลาด ระดับรายได้มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดไม่แตกต่างกันในทุกด้าน อาชีพมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แต่ไม่แตกต่างกันในด้านส่งเสริมการตลาด และสถานภาพมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

52921003: MAJOR: SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES MANAGEMENT;
M.M.(SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEYWORDS: CONSUMER BEHAVIOR/ MARKETING STRATEGY/ PRODUCT/
FRUIT JUICE/ MUANG DISTRICT/ RAYONG AREA

JUNJIRA JUNKRAJANG: THE CONSUMER BEHAVIOR AND SATISFACTION
TO MARKETING STRATEGY FOR FRUIT JUICE INDUSTRY IN MUANG,
RAYONG AREA. ADVISOR: WUTTICHAT SUNTHONSAMAI, D.B.A., 55 P. 2010.

The study of consumer behavior and satisfaction to marketing strategy for fruit juice industry in Muang, Rayong area with the objective to study the behavior and satisfaction with the marketing strategy. And the relationship between demographic factors affecting the satisfaction of the marketing strategy. Population, research is a group of people who lived in Muang District, Rayong Province, age 15 years using simple random sampling. And the sample size is 200 samples.

This research is a survey research. Data were collected from the population. The statistics used in this study is percentages, frequencies, t-test, ANOVA.

Consumer Behavior of drink fruit juice products was mainly for reasons of price, The average number of purchase at 3 times per week and Quantity to buy the first time at a big box (1 lit.) Reasons to buy was for own consumption. Those who influence buying decisions are the consumers themselves. And sources of information is television.

Level of satisfaction with the marketing strategy of drink fruit juice was at very satisfied level. both aspects of price, product distribution channels, And the promotion of the market were very satisfied. When analyzing the relationship between demographic data affecting the marketing of drink fruit juice , found that sexual satisfaction of the marketing strategy was not different In terms of price, product line and marketing campaign Except distribution channel. Income levels in satisfied with the marketing strategy was not different in all aspects. Career satisfaction of the marketing strategy was not different in all aspects. Education Satisfaction of different marketing strategies In terms of price, product and distribution channels Except marketing promotion. However, status and satisfaction with the marketing strategy was not different in all aspects.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
กรอบแนวคิดของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	5
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
3 วิธีดำเนินการวิจัย	21
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	21
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	22
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	23

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	24
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	24
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	27
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อกลยุทธ์การตลาดของ ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม	30
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของ ผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม	33
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	41
สรุปผลการวิจัย	41
อภิปรายผล	43
ข้อเสนอแนะ	46
บรรณานุกรม	48
ภาคผนวก	49
ประวัติย่อของผู้วิจัย	55

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 จำนวนและร้อยละด้านเพศ.....	24
4-2 จำนวนและร้อยละด้านอายุ.....	25
4-3 จำนวนและร้อยละด้านรายได้.....	25
4-4 จำนวนและร้อยละด้านอาชีพ.....	25
4-5 จำนวนและร้อยละด้านระดับการศึกษา.....	26
4-6 จำนวนและร้อยละด้านสถานภาพ.....	26
4-7 จำนวนและร้อยละด้านเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์.....	27
4-8 จำนวนและร้อยละด้านจำนวนครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์.....	27
4-9 จำนวนและร้อยละด้านปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์.....	28
4-10 จำนวนและร้อยละด้านเหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์.....	28
4-11 จำนวนและร้อยละด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์.....	28
4-12 จำนวนและร้อยละด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์.....	29
4-13 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์.....	30
4-14 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ กลยุทธ์การตลาดด้านราคา.....	30
4-15 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ กลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	31
4-16 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ กลยุทธ์การตลาดด้านส่งเสริมการตลาด.....	31
4-17 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ กลยุทธ์การตลาดรวมทุกด้าน.....	32
4-18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำแนกตามเพศ.....	33
4-19 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ.....	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-20 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	35
4-21 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ.....	37
4-22 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	38
4-23 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ.....	40

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1-1 กรอบแนวคิดของการวิจัย..... 3

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University