

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์  
เป็นส่วนประกอบสำคัญของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี

ประภาพรณ ขุนหอม


งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2550


ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา


อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา  
งานนิพนธ์ของ ประภาพรณ ชุนหอม ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

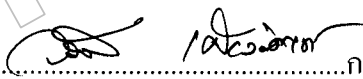
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ดร.สุรดี สุพิชญางกูร)

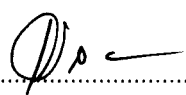
คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์

  
.....ประธาน  
(ดร.สุรดี สุพิชญางกูร)

  
.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)

  
.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เดียววิเศษ)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา

  
.....คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัส นกรรจ์แดง)  
วันที่ 22 เดือน สิงหาคม พ.ศ.2550

## ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและช่วยเหลือจากหลายท่าน ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ดร. สุรดี สุพิชญางกูร และ อาจารย์ศรีธัญญา แสงลิมสุวรรณ ที่ได้ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำและตรวจสอบข้อบกพร่อง ตลอดจนการค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณคุณแม่ ที่ได้ให้โอกาสในการศึกษา ให้โอกาสและเวลาในการทำงานวิจัย ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน จนการศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงมาด้วยดี

ขอขอบคุณ พี่เกด พี่เบ็ด และเพื่อน ๆ ทุก ๆ ท่าน ที่ได้ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ให้ข้อคิดเห็น ตลอดจนให้กำลังใจ งานนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

และสุดท้ายขอกราบขอบพระคุณ ผู้อำนวยการสรรพ สัจจะวิไล ผู้อำนวยการวสันต์ ทรงธรรมสกุล คุณอรุณวรรณ ทิพพานนท์ คุณสุภาพร ปรีชญาเดชากุล ที่ให้การสนับสนุนในการศึกษาและช่วยเหลือจนการศึกษาครั้งนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี

ประกาศพรรณ ขุนหอม

48926074: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม. (การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: พฤติกรรมการซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์ ผู้บริโภค จังหวัดชลบุรี

ประเภทวรรณ ขุนหอม: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี (AN INVESTIGATION THAT CAUSE PURCHASING BEHAVIOR OF FIBER FOOD CONSUMER AT CHONBURI PROVINCE)

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: สุรติ สุพิชญางกูร, D.I.B.A. 140 หน้า. ปี พ.ศ. 2550.

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภค และความแตกต่างส่วนบุคคล ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญโดยมีอายุตั้งแต่ 20 - 60 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศชายและหญิง ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งเป็น 3 ส่วน คือส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาด และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ และร้อยละ และสถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ สถิติไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจมากที่สุด มีรายได้ต่อเดือนพบว่าผู้ที่มีรายได้ 5,000 - 10,000 บาท ผู้บริโภคที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญให้ความสำคัญกับสื่อโฆษณามากที่สุด ส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญที่ห้างสรรพสินค้า ในราคาที่ต่ำกว่า 500 บาท และซื้อประมาณ 1 ครั้งต่อเดือน

ผู้บริโภคที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญที่มีเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ในด้านเหตุผล การเลือกสถานที่ ราคาและความถี่ต่อครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญแตกต่างกัน

48926074: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT; M.M.  
(SMEs MANAGEMENT)

KEYWORDS: PURCHASING BEHAVIOR/ HIGH-FIBER PRODUCT/ CONSUMER/  
CHONBURI PROVINCE

PRAPAPAN KHUNHORM: AN INVESTIGATION THAT CAUSE PURCHASING  
BEHAVIOR OF FIBER FOOD CONSUMER AT CHONBURI PROVINCE. ADVISOR: SURAT  
SUPITCHAYANGKOOL, D.I.B.A., 140 P. 2007.

The objectives of this investigation research ; an investigation that cause purchasing behavior of fiber food consumer at Chonburi province, are to investigated personal consumer's behaviors and personality differentials that affected to purchasing behavior of high - fiber component food products. The subjects of this study are the 200 consumers that had been experienced using the products, their age between 20 to 60 years old, men and woman living in Chonburi province area. The tools in this research that construction by researcher is the three parts – questionnaires that consist of consumer's personality, purchasing behaviors and marketing factors. The descriptive statistics of data analysis are frequency and percentage, and Chi-square used for test research hypothesis at 0.05 significant levels.

The mostly consumer's personality of questioners are the 20 -30 years old woman , bachelor degree in education ,work in governmental employees and have in salary range 5000 – 1000 bath per month . The marketing factors that highest affected for the experienced consumer decision to buying products is the advertising of the products, and , the most significant of the purchasing behaviors of consumers are buying at the department store , lower price in 500 bath products and one time per month turnaround time.

In conclusion of our study was shown the experienced consumers that have been differentials in personality; sex, income, education and disciplines, have been rationally differentials in purchasing behaviors of fiber food products in place, price, frequency and advertising.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานของการวิจัย.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติและพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	9
ทฤษฎีกลยุทธ์การตลาด ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix).....	15
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	19
ความหมายของไฟเบอร์และประโยชน์.....	26
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
รูปแบบการวิจัย.....	40
ประชากร และวิธีการเลือกตัวอย่าง.....	40
เครื่องมือในการวิจัย.....	41
การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	41
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	45
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล.....	46
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ.....	49
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดประเภทผลิตภัณฑ์ อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ.....	52
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรซื้อสินค้าประเภท ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพ.....	56
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	115
สรุปผล.....	115
อภิปรายผล.....	116
ข้อเสนอแนะ.....	118
บรรณานุกรม.....	119
ภาคผนวก.....	123
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	124
ภาคผนวก ข สูตรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย.....	130
ภาคผนวก ค ตารางเคิร์ฟี่จี่และมอร์แกน.....	132
ภาคผนวก ง ตารางแสดงจำนวนประชากรจังหวัดชลบุรีปี 2548.....	134
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	140

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1	คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภคร (70s)..... 11
2-2	ตารางกลยุทธ์การตั้งราคาตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์..... 18
4-1	จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์ เป็นส่วนประกอบสำคัญ..... 46
4-2	เหตุผลสำคัญที่ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 200)..... 49
4-3	ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญจากแหล่งใด (ตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ) (n = 200)..... 50
4-4	ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญราคาเท่าใด ต่อครั้ง..... 51
4-5	ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญประมาณกี่ครั้ง ต่อเดือน..... 51
4-6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มี ไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ในภาพรวม..... 52
4-7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มี ไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์..... 52
4-8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มี ไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ด้านราคา..... 53
4-9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มี ไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... 54
4-10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มี ไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ด้านการส่งเสริมการตลาด..... 55
4-11	เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็น ส่วนประกอบสำคัญ ด้านเหตุผลในการเลือกซื้อ..... 56





## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-25 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็น ส่วนประกอบสำคัญ ด้านราคาในการเลือกซื้อจําแนกตามอาชีพ.....	103
4-26 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็น ส่วนประกอบสำคัญ ความถี่ในการเลือกซื้อจําแนกตามเพศ.....	105
4-27 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็น ส่วนประกอบสำคัญ ด้านความถี่ในการเลือกซื้อจําแนกตามอายุ.....	107
4-28 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็น ส่วนประกอบสำคัญ ความถี่ในการเลือกซื้อจําแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	109
4-29 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็น ส่วนประกอบสำคัญ ด้านความถี่ในการเลือกซื้อจําแนกตามระดับการศึกษา.....	111
4-30 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็น ส่วนประกอบสำคัญ ด้านความถี่ในการเลือกซื้อจําแนกตามอาชีพ.....	113

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2-1 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	14
2-2 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix).....	16
2-3 ไฟเบอร์ เส้นใยอาหาร.....	26
2-4 ถั่วขาว.....	28
2-5 สไปรูเมท.....	29
2-6 อัลฟาฟา.....	31

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University