

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อตราสินค้า น้ำพริกแกงสำเร็จรูป
นักศึกษา	นางสาวดารัตต์ โยธินพัฒนะ
รหัสนักศึกษา	52641246
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2554
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์อมรศรี ดันพิพัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร

บทคัดย่อ

ปัจจุบันน้ำพริกแกงสำเร็จรูปได้รับความนิยมมากขึ้นจากในอดีต เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเวลาในการประกอบอาหารลดลง น้ำพริกแกงสำเร็จรูปจึงเป็นเสมือนทางเลือกหนึ่ง ที่ช่วยลดเวลาในการปรุงอาหารลงได้ สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมได้เห็นความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงให้มีมาตรฐานและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในสินค้าและตราสินค้าประเภทน้ำพริกแกงสำเร็จรูป รวมทั้งศึกษาระดับความภักดีต่อตราสินค้าประเภทน้ำพริกแกงสำเร็จรูป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ซื้อน้ำพริกแกงสำเร็จรูป 4 ตราสินค้า อันได้แก่ แม่พลอย น้ำใจ โลโบ และแม่ประนอม ตราสินค้าละ 100 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน สถิติที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ Kruskal Wallis Test

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 23 - 30 ปี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานในบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อน้ำพริกแกงสำเร็จรูปสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ตราสินค้าน้ำพริกแกงสำเร็จรูปที่เคยซื้อเป็นอันดับที่ 1 ส่วนใหญ่ ได้แก่ โลโบ ตราสินค้าน้ำพริกแกงสำเร็จรูปที่เคยซื้ออันดับที่ 2 และ 3 ส่วนใหญ่ ได้แก่ ตราสินค้าแม่ประนอม

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และทางด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ด้านตราสินค้า พบว่าแม่พลอยมีระดับความพึงพอใจรวมสูงสุดทางด้านผลิตภัณฑ์และราคา แม่ประนอมมีความพึงพอใจรวมสูงสุดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ โลโบมีความพึงพอใจรวมสูงสุดทางการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับ

ความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องของความสะอาด รสชาติ ชื่อเสียงของผู้ผลิต เก็บไว้ได้นาน โดยไม่เสียรสชาติ สีสนับรับประทาน มีขนาดบรรจุหลายขนาด ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ และมีหลายราคาให้เลือก มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป และมีจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ มีการจัดบูธ ออกงานแสดงสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา หรือมีของแถม การให้ความช่วยเหลือหรือตอบแทนแก่สังคม

ผลการศึกษาความภักดีต่อตราสินค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อน้ำพริกแกงสำเร็จรูปด้านรูปแบบพฤติกรรมซื้อซ้ำ และรูปแบบผ่านการคิดไตร่ตรองไว้แล้ว มีระดับความภักดีปานกลาง ด้านตราสินค้ามีระดับความภักดีต่อตราสินค้าโดยรวมในระดับปานกลางทุกตราสินค้า โดยแม่พลอยมีระดับความภักดีสูงสุด รองลงมาคือแม่ประนอม โลบอ และน้ำใจ ผลการศึกษาความแตกต่างของระดับความภักดีของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อน้ำพริกแกงสำเร็จรูป พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความภักดีต่อตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านรูปแบบพฤติกรรมซื้อซ้ำ ก่อนซื้อน้ำพริกแกง จะนึกถึงตราสินค้านี้เป็นตราสินค้าแรก มีความเชื่อมั่นตราสินค้าน้ำพริกแกงที่ใช้อยู่ ถ้าจะซื้อน้ำพริกแกงอีกครั้ง จะเลือกซื้อน้ำพริกแกงตราสินค้าเดิม ใช้น้ำพริกแกงตราสินค้านี้ต่อเนื่องเป็นประจำ ไม่อยากเสี่ยงไปใช้น้ำพริกแกงตราสินค้าอื่น ด้านรูปแบบผ่านการคิดไตร่ตรองไว้แล้ว ในเรื่องทราบข้อมูลเกี่ยวกับน้ำพริกแกงตราสินค้านี้เป็นอย่างดี และติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับน้ำพริกแกงตราสินค้านี้เป็นประจำ

การศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะคือ ควรให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการวางผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้าที่ผู้บริโภคใช้งานเป็นประจำ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวก ควรมีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตลอดเวลา เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคทดลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าจากคู่แข่งรายอื่น สำหรับทางด้านผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญทางด้านความสะอาด ภาชนะบรรจุภัณฑ์ และรสชาติเป็นอันดับแรก ๆ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำพริกแกงสดที่ใช้วิธีการดักเพื่อจำหน่ายในตลาดสด ซึ่งมีความสะอาดและมีระยะเวลาการเก็บรักษาที่น้อยกว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็งทางด้านทุน ควรมีการโฆษณาผ่านสื่ออย่างโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตราสินค้า สร้างการรู้จัก การจดจำ และผู้บริโภคจะสามารถระลึกถึงตราสินค้าได้ เมื่อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา หรือมีของแถม เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งให้ความช่วยเหลือหรือตอบแทนแก่สังคมเพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน