

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ กาแฟทรินวันชนิดผง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางพิสมัย อคูเลอ เซนเด
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2550
จำนวนหน้า	: 89 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “ การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อกาแฟทรินวันชนิดผง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผู้ซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อกาแฟทรินวันชนิดผง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 กลุ่มคือข้าราชการ พนักงานบริษัท และนักศึกษา จำนวนกลุ่มละ 100 คน รวมเป็น 300 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) ทำการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงแน่นอน (Purposive Sampling) และเก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม ค่าสถิติในการวิเคราะห์ที่ใช้แบบการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) มาประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคม (Statistic Package For the Social Sciences: SPSS) สำหรับ Window สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยวิธีที่เรียกว่า การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : ANOVA) และทำการเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อทดสอบผู้บริโภครายละ 1 กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพแตกต่างกัน 3 กลุ่มอาชีพ

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อกาแฟทรินวันชนิดผงเพื่อดื่มเอง ปริมาณการดื่มกาแฟโดยเฉลี่ยในคือวันละ 1 แก้ว นิยมซื้อกาแฟทรินวันชนิดผงแบบ

ธรรมชาติคือแบบออริจินัล (สูตรดั้งเดิม) มากกว่าแบบพิเศษ ทรายี่ห้อที่นิยมซื้อคือเนสกาแฟเพราะหาซื้อง่าย ชื่อขนาด 30 ซอง / แพ็คเป็นประจำ ส่วนใหญ่เลือกซื้อลักษณะบรรจุภัณฑ์ของแบบซองยาว เหตุผลในการเลือกซื้อกาแฟทรินวันชนิดผงเพราะความสะดวกสบายในการชงดื่ม และตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โทรทส์นเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาและความถี่ที่ไม่แน่นอนในการซื้อกาแฟทรินวันชนิดผงโดยซื้อจากสถานที่ที่ใกล้บ้าน สถานที่ทำงาน หรือสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่างไม่มีความภักดีต่อตราขายี่ห้อและคิดว่าราคากาแฟในปัจจุบันมีราคาเหมาะสม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบสายพันธุ์กาแฟที่ซื้อ มีการอ่านข้อความบนฉลากของกาแฟทรินวันชนิดผง เช่น วันหมดอายุ เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน ออ. มีการอ่านส่วนประกอบที่สำคัญ เช่น สัดส่วนของ กาแฟ ครีมเทียม น้ำตาล มีการเปรียบเทียบราคากาแฟส่วนผสมที่สำคัญ และสนใจดูรสชาติ ก่อนการซื้อกาแฟทุกครั้ง มีความสนใจทดลองซื้อกาแฟทรินวันชนิดผงยี่ห้อใหม่ แต่ไม่เปลี่ยนยี่ห้อถ้ากาแฟชนิดเดียวกันแต่ราคาถูกกว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างทดลองซื้อกาแฟทรินวันชนิดผงยี่ห้อใหม่แล้วจะไม่เลิกซื้อยี่ห้อเดิม แต่จะซื้อควบกันไปกับยี่ห้อใหม่ การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อกาแฟทรินวันชนิดผงคือการลดราคาสินค้า

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : ANOVA) แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันจำแนกตามอาชีพ พบว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานบริษัทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และราคามากกว่ากลุ่มอาชีพนักศึกษา ในขณะที่เดียวกันค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดไม่แตกต่างกันจำแนกตามอาชีพ พบว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทและนักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมาก