

ชื่อหัวเรื่อง : ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูป

ชื่อผู้จัดทำ : นายยงยุทธ นัตรสีรุ่ง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิชา : อาจารย์ไพระพัฒน์ ตรังรัฐพิทย์

หน่วยงานรับผิดชอบ : สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพายัพ

ปีการศึกษา : 2538

บทคัดย่อ

การศึกษาระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูป ในเขตเทศบาล อ.เมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาปัญหาในการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในเขต เทศบาล อ.เมือง จังหวัดเชียงใหม่ ขอบเขตของการศึกษาจะศึกษาจำกัดอยู่เฉพาะ ผู้บริโภคที่เลือกดื่มกาแฟสำเร็จรูปในเขตเทศบาลอ.เมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 ราย และศึกษาในเรื่องของ ปัจจัยทางด้านการตลาด ซึ่งจะเป็นแต่เฉพาะเรื่องส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 4Ps เท่านั้นคือ ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT), ราคา (PRICE), ช่องทางการจัดจำหน่าย (PLACE), การส่งเสริมการตลาด (PROMOTION)

ในการศึกษาได้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสำรวจโดยการสุ่มตัวอย่าง โดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น ซึ่งวิธีการเลือกตัวอย่างจำนวน

100 ราย โดยถือเอาความสะดวกและง่ายต่อการศึกษา ตัวอย่างที่เลือกเข้ามา ถือเป็นตัวแทนของประชากร ใช้แบบสอบถาม (QUESTIONAIR) เป็นเครื่องมือช่วยในการศึกษา โดยแจกไป 125 ชุด เลือกใช้เพียง 100 ชุด กันเสียไว้ 25 ชุด ตามห้างสรรพสินค้า 4 แห่ง คือ บริเวณทางเข้าซูเปอร์มาร์เก็ตห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดพร้าว, ดันตราภัตต์แอร์พอร์ต, สีสวนพลาซ่า, แมคโคร สำหรับการวิเคราะห์ผลข้อมูลนั้น ได้ใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ โดยการหาค่าร้อยละ (PERCENTAGE) เพื่อทำการวิเคราะห์หาความแตกต่าง และเปรียบเทียบข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ปัจจัยของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริโภคกาแฟสำเร็จรูป ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจและสังคม อันประกอบด้วย เพศ , อายุ , การศึกษา , อาชีพ , รายได้ และความเห็นทางด้านปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปต่างๆ อันประกอบด้วยความคิดเห็นของผู้บริโภค ในด้านผลิตภัณฑ์ , ราคา , ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์คือกาแฟสำเร็จรูปการมีชนิดเต็ม และขนาดบรรจุหลายขนาด เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และราคาอันเป็นอันดับสุดท้าย

สำหรับปัญหาที่ผู้บริโภคกาแฟสำเร็จรูป ในเขตเทศบาล อ. เมือง จังหวัดเชียงใหม่พบ ส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นเปอร์เซ็นต์สูงถึงร้อยละ 69 คือมีการปรับราคาสูงขึ้นบ่อยครั้ง , สินค้าขาดตลาดบ่อย , มีขายแต่เฉพาะในห้างสรรพสินค้า มีแต่ขนาดใหญ่ไม่สะดวกในการพกพา ตามลำดับ