

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง : ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปของพนักงานบริษัท
เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- ผู้จัดทำ : หัตถยา ธัญชัย
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา
- หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- วันที่อนุมัติผลงาน : ตุลาคม 2543
- จำนวนหน้า : 40 หน้า

ปัจจุบันกาแฟสำเร็จรูปเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและได้รับความนิยมในการบริโภคเป็นอย่างมาก ทำให้ธุรกิจกาแฟสำเร็จรูปมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าตลาดถึง 3,500 ล้านบาทในปี 2542 ธุรกิจนี้จึงเป็นที่สนใจของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แนวคิดจากทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ดำเนินการโดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากพนักงานบริษัทเอกชนที่ดื่มกาแฟเท่านั้นจำนวน 280 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 20-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้มากกว่า 40,001 บาท ต่อเดือน

พฤติกรรมการบริโภคกาแฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดื่มกาแฟวันละหนึ่งแก้ว ในอนาคตยังคงจะดื่มกาแฟในปริมาณที่เท่าเดิม เริ่มดื่มกาแฟระหว่างช่วงอายุ 19-25 ปี กาแฟที่ซื้อเป็นประจำคือเนสกาแฟ นิยมซื้อจากซูเปอร์สโตร์ และคิดว่ากาแฟมีผลเสียต่อสุขภาพ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟในระดับมาก คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จับจ่ายใช้สอยสินค้าอื่น สถานที่จอดรถสะดวกสบาย ใกล้ที่ทำงาน และมีกาแฟให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ และด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รสชาติ ยี่ห้อ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ การทดสอบสมมุติฐานพบว่า พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปแตกต่างกันตามเพศ โดยเพศชายจะดื่มกาแฟโดยเฉลี่ยต่อวันมากกว่าเพศหญิง และในอนาคตจะดื่มกาแฟปริมาณเท่าเดิม ส่วนเพศหญิงจะมีปริมาณการดื่มกาแฟลดลงและมีแนวโน้มจะเปลี่ยนยี่ห้อกาแฟที่มีราคาถูกกว่า ปัจจัยทางการตลาดที่เพศหญิงให้ความสำคัญระดับมากคือ การโฆษณาทางโทรทัศน์ การลดราคา และเป็นสถานที่จับจ่ายใช้สอยสินค้าอื่นๆ ส่วนปัจจัยที่เพศชายให้ความสำคัญระดับมากคือ เป็นสถานที่จับจ่ายใช้สอยสินค้าอื่นๆ การโฆษณาทางโทรทัศน์ และเป็นสถานที่ที่ใกล้ที่ทำงานหรือที่พักอาศัย

ผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการเกี่ยวกับกาแฟสำเร็จรูปจะต้องวางแผนการตลาดเพื่อตอบสนองต่อตลาดผู้บริโภคเพศหญิงที่ชอบทดลองกาแฟรสชาติใหม่ หรือกาแฟที่ไม่มีคาเฟอีน ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเป็นอย่างมากคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ในด้านการโฆษณาทางโทรทัศน์ และการลดราคาสินค้า

PAYAP UNIVERSITY