

หัวข้อเรื่อง	การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาและกาแฟของผู้บริโภคในเขตตำบล สะบารัง อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี
นักศึกษา	ศุภณัฐ ลิพหาวงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ จรินทร์ เทศวานิช
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาและกาแฟของผู้บริโภค เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรและพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาและกาแฟของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการนำข้อมูลบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาและกาแฟของผู้บริโภคไปใช้ในอนาคต โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชากรในเขตตำบลสะบารัง อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ทุกเพศ ทุกวัย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นจำนวน 402 คน โดยใช้สูตรการคำนวณจาก Taro Yamane โดยในการคำนวณหาค่าที่ระดับความเชื่อมั่น โดยคำนวณที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยศึกษาเชิงประยุกต์ (Apply research) และศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive research) และสถิติอ้างอิง หรือสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) โดยทดสอบสมมติฐาน ซึ่งในกรณีนี้จะใช้ Chi-square Test ในการทดสอบระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และได้ผลสรุปดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ช่วงอายุ 20-29 ปี โดยมีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีสมาชิกครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกัน 3-4 คน และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีการดื่มชาและกาแฟบางครั้ง ถ้ามีการดื่มชากาแฟเป็นประจำ จะมีเวลาที่นิยมดื่มชาและกาแฟเวลา 07.00 – 11.00 น. ส่วนใหญ่มีความถี่ในการดื่มชาและกาแฟน้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีสาเหตุสำคัญที่สุดในการดื่มชาและกาแฟเพื่อความสดชื่นตื่นตัว และตัวเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มหรือกาแฟ การเลือกซื้อชาและกาแฟโดยเลือกที่ร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ ส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ชาและกาแฟประเภทถุง และมีปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งเป็นจำนวน 1 แก้ว/ถุง/กล่อง ส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในกาแฟหรือชาประเภทชาชัคหรือชาเย็น และมีบ้านเป็นสถานที่บริโภคชาและกาแฟ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อชาและกาแฟมากที่สุด อันดับรองลงมาได้แก่ ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟในด้านลักษณะการดื่มชาและกาแฟ ความถี่ในการดื่มชาและกาแฟ อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.5

ในส่วนข้อเสนอแนะ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในแนวทางดังต่อไปนี้

ในส่วนผู้ซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีต้องบริโภค ผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟที่มีรสชาติที่ดี มีคุณภาพ รวมถึงมีความสะอาด และปลอดภัย

ด้านราคา สำหรับปัจจัยราคาของผู้บริโภครู้สึกว่าจะเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟ จะสามารถกระตุ้นผู้บริโภคได้

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ซื้อต้องการร้านค้าที่ไม่ไกลจาก สถานที่ที่ตนทำงานหรืออาศัยอยู่ สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก

ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ซื้อต้องการ โปรโมชั่น ในการลด แลก แจกแถม เนื่องจากต้องการสินค้าเดิมในราคาที่ต่ำลง เป็นการกระตุ้นยอดขาย และผู้ซื้อต้องได้รับสารที่ชัดเจน บ่อยครั้ง เพื่อให้สามารถจดจำรายละเอียดได้

ในส่วนผู้ขายหรือจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ควรขายผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟที่มีรสชาติที่ดี มีคุณภาพ รวมถึงมีความสะอาด และปลอดภัย แก่ผู้บริโภค โดยมีการแสดงถึงข้อมูลในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น คุณภาพวัตถุดิบ กรรมวิธีการแปรรูป รวมถึง ขั้นตอนในการชง เพื่อสร้างความมั่นใจ ความรู้ รวมถึงเป็นการกระตุ้นความรู้สึกที่ดีให้แก่ผลิตภัณฑ์

ด้านราคา ต้องตั้งราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ถึงจะสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงต้องตั้งราคาที่เหมาะสม อย่าตั้งราคาเกินจริง

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ขายต้องขายผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟในสถานที่ที่ไม่ไกลจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถเห็นได้ชัดเจน เมื่อเห็นแล้วสามารถกระตุ้นเป้าหมายให้มาซื้อสินค้าได้ และสามารถหาซื้อได้ง่าย โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ ที่มีหลากหลายสาขา หรือเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าได้

ด้านผู้ขาย ด้านการส่งเสริมการขาย ต้องมีการนำเสนอ โปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ เพราะผู้บริโภคต้องการการกระตุ้นบ่อย เพื่อให้สามารถจดจำสินค้าได้ และการส่งเสริมการตลาดต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย