

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บแบบสอบถามจำนวน 250 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน

##### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการดื่มกาแฟ ทุกวัน วันละ 1 แก้ว ประเภทของกาแฟที่ดื่มบ่อยที่สุด คือ กาแฟผงสำเร็จรูป มีความถี่ในการดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ทุกวัน วันละ 1 แก้ว ประเภทของกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงที่ดื่มบ่อยที่สุด คือ ประเภทธรรมดา รสชาติของกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงที่ดื่มบ่อยที่สุด คือ รสออริจินอล/รสกลมกล่อม ขนาดบรรจุของกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ น้อยกว่า 10 ซอง/ถุง ความถี่ในการซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง คือ เดือนละ 1 ครั้ง ส่วนเหตุผลในการซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเนื่องจากการต้องการความสะดวกในการบริโภค ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงมากที่สุด คือ ตัวเอง และ ซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงจากร้านค้าส่วนลดและซูเปอร์เซ็นเตอร์ มากที่สุด

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในระดับความสำคัญมาก ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับระดับความสำคัญปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยมีรายละเอียดดังนี้

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. รัชชาติความอร่อย คุณภาพของกาแฟ ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ชื่อเสียงของตรายี่ห้อ มีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ และมีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ

#### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับความสำคัญมาก คือ หาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า สินค้าไม่ขาดตลาด การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน และการจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน

#### ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาต่อซอง และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อตามเงื่อนไข

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ มีการลดราคาสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม และมีของแถม ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีการชิงโชค แจกรางวัล มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ และมีผู้นำเสนอสินค้าเป็น คารา นักร้อง

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงดื่มกาแฟสำเร็จรูปบ่อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-19 ปี, 30-39 ปี, 40-49 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ดื่มกาแฟสำเร็จรูปบ่อยที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี ดื่มกาแฟสดบ่อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001 บาท ขึ้นไป ดื่มกาแฟสำเร็จรูปบ่อยที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ดื่มกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูปบ่อยที่สุด

#### ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้

##### จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในระดับความสำคัญมาก ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ระดับความสำคัญปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับความสำคัญมากทั้ง 4 ปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกของแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

##### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ในระดับความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. คุณภาพของกาแฟ รสชาติความอร่อย ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ชื่อเสียงของตราหือ มีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ และมีให้เลือกหลายขนาดบรรจุตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค รสชาติความอร่อย และมีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ คุณภาพของกาแฟ ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อชอง ชื่อเสียงของตราหือ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ มีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ และมีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านราคา**

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาต่อชอง และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อตามเงื่อนไข ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับความสำคัญมาก คือ ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก หาซื้อสินค้าได้ง่าย ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า สินค้าไม่ขาดตลาด การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน และการจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ หาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า สินค้าไม่ขาดตลาด การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน และการจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับความสำคัญมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ และมีการลดราคาสินค้า ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด มีของแถม มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีการชิงโชค แจกรางวัล มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ และมีผู้นำเสนอสินค้าเป็น ดารา นักร้อง ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการลดราคาสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม มีของแถม มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และมีการชิงโชค แจกรางวัล ตามลำดับ

### จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับความสำคัญปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-39 ปีที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับความสำคัญมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 10-19 ปี, 40-49 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกของแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 10-19 ปี ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. และคุณภาพของกาแฟ ระดับความสำคัญมาก คือ รสชาติ ความอร่อย ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ชื่อเสียงของตราหือ และมีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค รสชาติความอร่อย มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. คุณภาพของกาแฟ ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ชื่อเสียงของตราหือ มีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ และมีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ คุณภาพของกาแฟ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. และรสชาติความอร่อย ระดับความสำคัญมาก คือ ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง มีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ ชื่อเสียงของตราหือ และมีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. รสชาติความอร่อย คุณภาพของกาแฟ กลิ่นหอมของกาแฟ ระบุวันหมดอายุ ชื่อเสียงของตราयीหือ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ มีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง และมีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ รสชาติความอร่อย และมีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. ระดับความสำคัญมาก คือ ระบุวันหมดอายุ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค คุณภาพของกาแฟ กลิ่นหอมของกาแฟ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ชื่อเสียงของตราयीหือ มีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์และมีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านราคา**

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาต่อซอง และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อตามเงื่อนไข ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 10-19 ปีในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า หาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก การจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน และการจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก หาซื้อสินค้าได้ง่าย สินค้าไม่ขาดตลาด ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน และการจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ หาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก สินค้าไม่ขาดตลาด ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน และการจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ หาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้า

ในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน สินค้าไม่ขาดตลาด และการจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก หาซื้อสินค้าได้ง่าย สินค้าไม่ขาดตลาด การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า และการจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแปรรูปสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 10-19 ปี ในระดับความสำคัญมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม และมีการลดราคาสินค้า ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีการชิงโชค แจกรางวัล มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีของแถม มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ มีผู้นำเสนอสินค้าเป็น ดารา นักร้อง และมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการลดราคาสินค้า มีของแถม มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม และมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีการชิงโชค แจกรางวัล มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ และมีผู้นำเสนอสินค้าเป็น ดารา นักร้อง ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการลดราคาสินค้า มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม มีของแถม มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด และมีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการลดราคาสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม และมีของแถม ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ มีการชิงโชค แจกรางวัล และมีผู้นำเสนอสินค้าเป็น ดารา นักร้อง ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม มีการลดราคาสินค้า มี

พนักงานแนะนำให้รายละเอียด และมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีการชิงโชค แจกรางวัล มีของแถม มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีผู้นำเสนอสินค้าเป็น คารา นักร้อง และมีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ ตามลำดับ

#### จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับความสำคัญปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยในระดับความสำคัญมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมา คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมา คือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกของแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. และคุณภาพของกาแฟ ระดับความสำคัญมาก คือ รสชาติความอร่อย ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ชื่อเสียงของตราี่ห้อ และมีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค รสชาติความอร่อย มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. คุณภาพของกาแฟ ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ระดับความ



เข้มข้นของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ชื่อเสียงของตราयीหือ มีการนำเสนอ ข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ และมีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญ ในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค รสชาติความอร่อย คุณภาพของกาแฟ มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง มีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ มีการ นำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ และชื่อเสียงของตราयीหือ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญใน ระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค รสชาติความอร่อย คุณภาพของกาแฟ กลิ่นหอมของกาแฟ มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. ระบุวันหมดอายุ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ชื่อเสียงของตราयीหือ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง มีให้เลือกหลาย ขนาดบรรจุ และมีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านราคา**

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบ แบบสอบถามทุกช่วงรายได้ในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาต่อซอง และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อตามเงื่อนไข ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน ในระดับความสำคัญมาก คือ ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก หาซื้อสินค้าได้ง่าย ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า สินค้าไม่ขาดตลาด การจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่าง ครบถ้วน และการจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญ ในระดับความสำคัญมาก คือ หาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก ความสะอาดของชั้น จัดวางสินค้า สินค้าไม่ขาดตลาด การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน และการจัดวาง สินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญใน ระดับความสำคัญมาก คือ หาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก สินค้าไม่ขาดตลาด ความ สะอาดของชั้นจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน และการจัดวางสินค้ามี สินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ในระดับความสำคัญมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ และมีการลดราคาสินค้า ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีของแถม มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม มีการชิงโชค แจกรางวัล มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ และมีผู้นำเสนอสินค้าเป็น ดารา นักร้อง ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการลดราคาสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีของแถม มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด การแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และมีการชิงโชค แจกรางวัล ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการลดราคาสินค้า มีของแถม มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีการชิงโชค แจกรางวัล มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ และมีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการลดราคาสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม และมีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีของแถม มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ มีการชิงโชค แจกรางวัล และมีผู้นำเสนอสินค้าเป็น ดารา นักร้อง ตามลำดับ

### ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำแนกตามความถี่ในการดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเป็นประจำทุกวันและผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงบานๆครั้ง ให้ความสำคัญกับทุกปัจจัย ในระดับความสำคัญมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเกือบทุกวัน ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับ

ความสำคัญมาก แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับความสำคัญปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเป็นประจำทุกวันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเกือบทุกวันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงนานๆครั้ง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกของแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเป็นประจำทุกวัน ในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค รสชาติความอร่อย มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. คุณภาพของกาแฟ กลิ่นหอมของกาแฟ ระบุวันหมดอายุ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ชื่อเสียงของตราี่ห้อ มีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ และมีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเกือบทุกวัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค รสชาติความอร่อย มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. คุณภาพของกาแฟ ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ชื่อเสียงของตราี่ห้อ ระดับความเข้มข้นของกาแฟ มีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ มีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ และปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงนานๆครั้ง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค คุณภาพของกาแฟ รสชาติความอร่อย ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ปริมาณของส่วนผสมแต่ละชนิดต่อซอง ระดับความเข้มข้นของกาแฟ ชื่อเสียงของตราี่ห้อ มีการนำเสนอข้อมูลคุณค่าโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ และมีให้เลือกหลายขนาดบรรจุ ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเป็นประจำทุกวันและผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงบานๆครั้ง ในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาต่อซอง และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อตามเงื่อนไข ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเกือบทุกวัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาต่อซอง ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเป็นประจำทุกวัน ในระดับความสำคัญมาก คือ หาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก สินค้าไม่ขาดตลาด ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน และการจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเกือบทุกวัน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงบานๆครั้ง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก หาซื้อสินค้าได้ง่าย ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า สินค้าไม่ขาดตลาด การจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน และการจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเป็นประจำทุกวัน ในระดับความสำคัญมาก คือ มีการลดราคาสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีของแถม มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเกือบทุกวัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการลดราคาสินค้า และมีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม ส่วนปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีของแถม มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีการชิงโชค แจกรางวัล มีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด มีการโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ มีผู้นำเสนอสินค้าเป็น ดารา นักร้อง และมีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงนานๆครั้ง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีการลดราคาสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีของแถม มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด และมีการแจกเอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ตามลำดับ

### ส่วนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องของรสชาติ ในขณะที่ปัจจัยด้านราคา เป็นเรื่องของราคาแพงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับราคาต่อแก้วจากกาแฟที่ชงเอง ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นเรื่องของการหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาดทั่วไป และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นเรื่องของรสชาติที่ไม่เหมือนตอนชิมก่อนซื้อ

#### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วราวุฒิ ตรีเวช วิณิช (2552) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย และการศึกษาของสุภชัย เจริญกิจ (2549) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับสำคัญปานกลางทุกปัจจัย ซึ่งสามารถอภิปรายปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค ในระดับสำคัญมากที่สุด และการมีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. รสชาติความอร่อย คุณภาพของกาแฟ ระบุวันหมดอายุ กลิ่นหอมของกาแฟ ในระดับสำคัญมาก ซึ่ง

สอดคล้องการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน รสชาติของกาแฟ ภาชนะบรรจุสะอาด ในระดับสำคัญมาก และการศึกษาของสุกษัย เจริญกิจ (2549) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการระบุวันหมดอายุ การมีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. ความปลอดภัยในการบริโภค คุณภาพ และรสชาติ ในระดับสำคัญมาก ตามลำดับ ทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้บริโภคกาแฟทุกประเภทให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยของสินค้ามาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องของรสชาติและคุณภาพกาแฟ ในขณะที่การศึกษาของวรารุณี ตรีเวชวินิจ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ รสชาติและกลิ่นกาแฟดี มาเป็นอันดับแรก

**ด้านราคา (Price)** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยย่อยในระดับสำคัญมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาต่อซอง และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อตามเงื่อนไข ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรารุณี ตรีเวชวินิจ (2552) แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุกษัย เจริญกิจ (2549) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาต่อกระป๋องเป็นอันดับแรก ในระดับความสำคัญปานกลาง ทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้บริโภคกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง และผู้บริโภคกาแฟสด ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของผู้บริโภคต้องจ่าย ในขณะที่ผู้บริโภคกาแฟกระป๋องให้ความสำคัญกับราคาสินค้าเท่านั้น

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยย่อยในระดับสำคัญมาก คือ หาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก ความสะอาดของชั้นจัดวางสินค้า สินค้าไม่ขาดตลาด การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน และการจัดวางสินค้ามีสินค้าให้เลือกอย่างครบถ้วน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ให้ความสำคัญกับที่ตั้งของร้าน ใกล้กับคณะหรือสถานที่เรียน ในระดับสำคัญมาก และการศึกษาของวรารุณี ตรีเวชวินิจ (2552) ที่ให้ความสำคัญกับร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก ในระดับสำคัญมาก ด้วยเช่นกัน ในขณะที่การศึกษาของสุกษัย เจริญกิจ (2549) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดในการหาซื้อเป็นอันดับแรก แต่มีระดับความสำคัญปานกลางเท่านั้น ทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้บริโภคกาแฟทุกประเภทให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดในการซื้อสินค้าเป็นอันดับแรก

**การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีการลดราคาสินค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม และมีของแถม ในระดับสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดให้แก่สมาชิก ในระดับสำคัญมาก แต่ไม่สอดคล้องสอดคล้องกับการศึกษาของสุกษัย เจริญกิจ (2549) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเพิ่มปริมาณ และมี

การชิงโชคและแจกรางวัล เป็นอันดับแรกในระดับความสำคัญปานกลางเท่านั้น และการศึกษาของวราวุฒิ ตรีเวชวินิจ (2552) ที่ให้ความสำคัญกับการให้บริการของพนักงาน การแต่งกายของพนักงาน และมีรสชาติใหม่ให้ชิมอย่างสม่ำเสมอ ในระดับสำคัญมาก เนื่องจากการซื้อกาแฟสดต้องได้รับการบริการจากพนักงานเป็นอันดับแรก

### ข้อค้นพบ

1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ยังคงดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงประเภทธรรมดา รสชาติรสออริจินอล/รสกลมกล่อมบ้อยที่สุด
2. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงด้วยตนเอง โดยเหตุผลในการซื้อ คือ ความสะดวกในการบริโภค และซื้อเนื่องจากรสชาติอร่อย
3. ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในด้านการหาซื้อสินค้าได้ง่าย เป็นอันดับแรก จึงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงจากร้านค้าส่วนลดและ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ซึ่งมีกระจายอยู่หลายแห่งในกรุงเทพมหานคร
4. ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค เป็นปัจจัยย่อยเพียงปัจจัยเดียวที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด
5. การมีส่วนผสมพิเศษ และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระดับปานกลางเท่านั้น เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาด ความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่า
6. ผู้บริโภคอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับการแจกสินค้าให้ทดลองชิมก่อนตัดสินใจซื้อ เนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มนี้ ให้ความสำคัญกับรสชาติความอร่อยเป็นอันดับแรก
7. ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ขณะที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน
8. ผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟสำเร็จรูปบ้อยที่สุดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา เนื่องจากมีราคาที่ประหยัดกว่ากาแฟประเภทอื่นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาต่อแก้ว
9. กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงที่มีจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบันยังคงมีปัญหาในเรื่องของรสชาติกาแฟมากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงเป็นประจำทุกวัน

10. ผู้บริโภคกลุ่มที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงนานๆครั้งยังคงมีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการมีเครื่องหมายรับรองจาก อย. ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค รสชาติความอร่อย และราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ
11. ผู้บริโภคกลุ่มที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงประเภทผสมสารหรือสมุนไพรพิเศษมีจำนวนน้อย เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการมีส่วนผสมพิเศษน้อยที่สุด
12. การมีผู้นำเสนอสินค้าเป็น คารา นักร้อง เป็นปัจจัยสุดท้ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภค
13. การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคมากกว่า การโฆษณาผ่านสื่อทางสิ่งพิมพ์ และการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ ตามลำดับ
14. ผู้บริโภคเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค รสชาติความอร่อยและการมีเครื่องหมายรับรองจาก อย. มากกว่าผู้บริโภคเพศชาย
15. ผู้บริโภคเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้บริโภคเพศชาย
16. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จของผู้บริโภคอายุ 50 ปีขึ้นไป มากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ
17. ผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผงบ่อยที่สุดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ในขณะที่ผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟกระป๋อง / UHT ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษาขอเสนอแนะเพื่อที่จะสามารถใช้เป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ในการวางแผน และปรับปรุงแผนการตลาดของกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ดังนี้คือ

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ผลิตควรคำนึงถึงสุขลักษณะของสถานที่ผลิต ความสะอาดของเครื่องจักรและอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต วิธีการปฏิบัติงานของพนักงานและความสะอาดของวัตถุดิบ โดยปฏิบัติภายใต้ระบบมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP (Hazard and Critical Control Point) ซึ่งเป็นระบบควบคุมคุณภาพที่สำคัญสำหรับโรงงานผลิตอาหาร เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รวมถึงการมีเครื่องหมายรับรอง จาก อย. ด้วย ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในเรื่องความสะอาดและความปลอดภัย รวมถึงควรใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรสชาติ กลิ่นหอม และความเข้มข้นของกาแฟ



นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงกาแพปรุงสำเร็จชนิดผงรสออริจินอลหรือรสกลมกล่อมอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงดื่มรสชาตินี้อยู่เป็นประจำ รวมถึงควรมีการพัฒนารสชาติใหม่ๆ เช่น รสชาติหวานน้อย รสชาติไขมันต่ำ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มที่ใส่ใจในสุขภาพ และไม่จำเป็นต้องเน้นความสวยงามของบรรจุภัณฑ์มากนักเนื่องจากผู้บริโภคมิได้ให้ความสำคัญมากนัก เมื่อเทียบกับปัจจัยย่อยอื่นๆ ยกเว้นกรณีที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้บริโภคที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ต้องให้ความสำคัญกับความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ด้วย เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความสวยงามของบรรจุภัณฑ์มากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

#### **ด้านราคา**

เนื่องจากผู้บริโภคที่ดื่มกาแพปรุงสำเร็จรูปบ่อยที่สุดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา เนื่องจากมีราคาที่ประหยัดกว่ากาแพประเภทอื่นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาต่อแก้ว โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก ดังนั้นการกำหนดราคาดังกล่าวควรใช้วิธีการตั้งราคาแบบ Perceived Value Pricing คือ กำหนดราคาจากคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก

#### **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายควรขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมตลาดของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการหาซื้อสินค้าได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าส่วนลด, ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven, Family Mart และมินิมาร์ทตามปั้มน้ำมัน เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคนิยมเข้าไปซื้อสินค้าเนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทาง และมีสินค้าให้เลือกครบครัน จึงเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีลูกค้าเข้าไปใช้บริการจำนวนมาก นอกจากนี้ควรมีการตรวจสอบสภาพสินค้าบนชั้นวางอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สินค้ามีการจัดเรียงอย่างสวยงาม สะอาด และสินค้าไม่ขาดตลาด

#### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายควรมีการทำการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน (IMC : Integrated Marketing Communications) เป็นการมีส่วนร่วมการสื่อสารการตลาดร่วมกัน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการตลาดให้เกิดการจูงใจทุกรูปแบบ และสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด ในด้านการลดราคาสินค้า การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ มีการแจกสินค้าให้ทดลองชิม และมีของแถม ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเพศหญิง เนื่องจากเพศหญิงให้

ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ไม่จำเป็นต้องมีผู้นำเสนอสินค้าเป็น ดารา นักร้อง เนื่องจากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแปปรุงสำเร็จชนิดผงของผู้บริโภคน้อยที่สุด

อย่างไรก็ตามผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย ควรนำปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน มาใช้ในการทำกลยุทธ์ทั้งกลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) และกลยุทธ์ดึง (Pull Strategy) ควบคู่กัน เนื่องจากกลยุทธ์ผลัก จะช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนกลยุทธ์ดึงนั้น จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์

### ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษานี้ขาดในส่วนคำถามคัดกรองในแบบสอบถามที่จะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มกาแปปรุงสำเร็จชนิดผงเป็นประจำ ดังนั้นในการศึกษาต่อไปควรมีคำถามคัดกรองเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มกาแปปรุงสำเร็จชนิดผงเป็นประจำ ซึ่งจะทำให้ทราบความต้องการของผู้บริโภคกาแปปรุงสำเร็จชนิดผง ได้ชัดเจนขึ้น และเกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการใช้ในการวางแผน พัฒนา และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด