ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง

FACTORS INFLUENCING DECISION ON PURCHASING DRINKS CONTAINING MILK OF CONSUMERS IN HUAYKWANG AREA

ธันย์ชนก หลานไทย

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Thanchanok Lanthai

Email :zen25352535@gmail.com

Department of Management Faculty of Business Administration,

Ramkhamheng University, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสม ของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ดื่มนมในเขตห้วยขวาง (2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการ ของนมในเขตห้วยขวาง (3) เพื่อศึกษาการเลือกเครื่องดื่มผสมนมของคนในเขตห้วยขวาง ซึ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสม ของนมใน เขตห้วยขวาง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งจากการสำรวจ ผลวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนประสมของนม ในเขตห้วยขวางส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท
2. ผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนประสมของนม ในเขตห้วยขวางส่วนใหญ่มีการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนประสมของนมตามปัจจัยทางการตลาดบริการในด้านราคา (Price)
3. พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง ส่วนใหญ่มีสาเหตุเนื่องจากมีความชื่นชมในตัวนมอยู่แล้วโดยมีการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มผสมนมจากรสชาติตรงตามความต้องการ

Thesis Title	Factors Influencing Decision on Purchasing Drinks Containing Milk of Consumers in Huaykwang Area
Student's Name	Thanchanok Lanthai
Degree Sought	Master of Business Administration
Field of Study	Management
Academic Year	2020
Advisor	Sujitra Janthana

ABSTRACT

Research on Factors Influencing Consumers' Buying Decision of Milk Beverage in Huai Khwang It is a survey research. The objectives are as follows: (1) To study the personal information of milk drinkers in Huai Khwang District (2) To study the service marketing factor of milk in Huai Khwang District (3) To study the selection of mixed milk drinks among people in Huai Khwang District. The population used in this research is people who consume alcoholic beverages. Of milk in Huai Khwang district, amount 400 people The statistics used in the research were percentage, mean and standard deviation. Which from the research survey found that

1. Consumers of beverages containing milk. In Huay Kwang district, most of them are female, aged 20-30 years, have a bachelor's degree. Or equivalent Occupation employee / company employee And have an average monthly income 10,001-20,000 baht

2. Consumers of beverages containing milk. In Huai Khwang, the majority of decisions are made in the selection of beverages that are mixed with milk based on market factors, services, in price

3. Buying Behavior of Milk-containing Drinks of Consumers in Huai Khwang District This is mainly due to the appreciation of milk, with the decision to purchase a milk-based beverage based on the desired taste

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคแรก ๆ บรรพบุรุษของพวกเราไม่สามารถบริโภคนม เมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ได้ เพราะร่างกายไม่ได้ต้องการนม แต่เมื่อเริ่มมีผู้คนทำการรีดนมจากสัตว์ต่าง ๆ ได้ จึงมีคนบางกลุ่มที่มีวิวัฒนาการในการรักษาความสามารถในการดื่มนมไว้ได้ตลอดอายุขัย การเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพแบบนี้ได้รับการพิสูจน์แล้วว่า ช่วยส่งเสริมการอยู่รอด เพราะนมอุดมไปด้วย แคลอรี่ ไขมัน โปรตีน แคลเซี่ยม และสารอาหารอื่น ๆ สำหรับคนในยุคโบราณแล้ว นมเป็นแหล่งอาหารที่มีคุณค่าและมีให้บริโภคได้อย่างสม่ำเสมอ

ปัจจุบัน นักวิทยาศาสตร์รู้ถึงความเกี่ยวพันของนมกับการกลายพันธุ์ของยีนในตัวเรา โดยคนที่มีการกลายพันธุ์ของยีนที่เกี่ยวข้องจะสามารถบริโภคนมได้เป็นอย่างดี แต่ถ้าไม่มีก็อาจเกิดอาการแพ้นมได้ ความสามารถในการบริโภคนมเป็นสิ่งสำคัญมากต่อการอยู่รอดของผู้คนในช่วง 8,000-10,000 ปีก่อนหน้านี้ แต่ก็ยังไม่ทราบสาเหตุของสิ่งที่เกิดขึ้นนี้

ผู้คนส่วนใหญ่ในแถบตอนเหนือและตอนกลางของทวีปยุโรปสามารถบริโภคนมได้ ชีสเนย รวมถึงผลิตภัณฑ์จากนมชนิดต่าง ๆ ล้วนเป็นที่นิยมในหลายประเทศ เช่น สวีเดน เดนมาร์ก เยอรมัน และอังกฤษ ในทางกลับกัน ผู้คนจำนวนมากในทวีปแอฟริกา เอเชีย และอเมริกาใต้ มีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงจากอาหารที่มีนมเป็นส่วนประกอบ เพราะทำให้เกิดอาการท้องเสีย รวมถึงอาการผิดปกติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระเพาะอาหาร

นอกเหนือไปจากการสืบค้นหากลุ่มคนกลุ่มแรกที่บริโภคนมด้วยวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์การเปลี่ยนแปลงของยีนของมนุษย์แล้ว ยังได้มีการสืบหาด้วยการวิเคราะห์ ภาชนะหุงต้มโบราณที่หลงเหลืออยู่ในหลายพื้นที่ทางโบราณคดีในทวีปยุโรปโดยริชาร์ด เอเวอร์เชด นักเคมีจากมหาวิทยาลัยบริสทอล แห่งสหราชอาณาจักร

หลักฐานที่กล่าวมาอาจทำให้เกิดข้อสงสัยว่า ทำไมมนุษย์ต้องรีดนมสัตว์ทั้ง ๆ ที่พวกเขาไม่สามารถบริโภคนมได้ จากการศึกษาพบว่า กระบวนการหมัก และเปลี่ยนนมให้เป็นโยเกิร์ต ชีส และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทำให้ปริมาณของแลคโตสลดลงไปมาก แม้แต่คนที่มีอาการแพ้นมก็สามารถบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเหล่านี้ได้โดยไม่มีอาการแพ้ ผลิตภัณฑ์จากนมเหล่านี้สามารถเก็บไว้ได้นานโดยไม่เน่าเสีย และกระบวนการในการผลิต เช่น การหมัก ก็ทำได้ไม่ยาก

ในประเทศเขตร้อน แค่เพียงนำนมใส่หม้อแล้วนำออกไปตากแดดไว้ทั้งวัน ก็จะเปลี่ยนนมให้เป็นโยเกิร์ตที่มีคุณค่าอาหารและบริโภคได้ง่ายขึ้น (ข้อมูลจาก https://stu40137site.wordpress.com)

การที่คนทั่วไปได้หันดูแลสุขภาพ กันเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย หรือดูแลเรื่อง อาหารการกิน บริโภคอาหารที่มีประโยชน์ เช่น ผัก ผลไม้ ฯลฯ ที่ปราศจากสารเคมี ทั้งกลุ่มเด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ หรือวัยผู้สูงอายุนั้น ดังนั้นจะปฏิเสธไม่ได้เลยว่าการบริโภคเครื่องที่มีส่วนผสมของนม นมเป็นเครื่องดื่มที่มีความสำคัญสำหรับทุกช่วงวัย เนื่องจากสามารถช่วยให้อิ่มท้องได้แบบง่าย ๆ และยังได้ประโยชน์จากสารอาหาร 5 หมู่ ไม่ว่าจะเป็นไขมัน โปรตีน คาร์โบไฮเดรต วิตามินและแร่ธาตุ แถมยังช่วยให้พลังงาน ช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอและสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย โดยปัจจุบัน นมเป็นเครื่องดื่มที่หาซื้อได้ง่ายมาก ๆ นมที่ผ่านการฆ่าเชื้อและการผลิตที่สะอาด ปลอดภัย ทันสมัย บรรจุทั้งแบบขวดพร้อมดื่มและแบบกล่องที่มีขนาดกะทัดรัด แต่มีอายุอยู่ได้นานแม้ไม่เก็บรักษาในตู้เย็น จึงทำให้นมเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้บริโภค ทำให้ขณะนี่ได้มีผลิตภัณฑ์ที่เครื่องดื่มที่ที่มีส่วนผสมของนมเกิดขึ้นอย่างมากมายหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น นมยูเอสที นมเปรี้ยว นมพาสเจอร์ไรส์ นมสเตอริไลส์ เช่น นมข้นหวาน นมพร่องมันเนย นมผง เป็นต้น

ตามที่ภาครัฐได้จัดโครงการกิจกรรมส่งเสริมให้เด็กดื่มนม “นมโรงเรียน” ขึ้นและมีอีกหลายโครงการ เช่น โครงการ รักใคร ให้ดื่มนม โครงการเหล่านี้ล้วนเพื่อเป็นการเสริมสร้างสุขภาพอนามัยของคนไทยตั้งแต่วัยเด็ก จนถึงผู้ส่งอายุ ส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคนมเพิ่มขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับกลยุทธ์ทางการตลาดได้ ส่งผลไปสู่การกระตุ้นยอดขายทางการตลาด และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ดื่มนมในเขตห้วยขวาง

2.เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการของนมในเขตห้วยขวาง

3.เพื่อศึกษาการเลือกเครื่องดื่มผสมนมของคนในเขตห้วยขวาง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ผลของการวิจัยทำให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าที่บริโภคเครื่องดื่มผสมนมในเขตห้วยขวาง

2.สามารถนำไปเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มผสมนมในการปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

3.สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแก่ผู้ที่สนใจต้องการจะลงทุน

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยจะเป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง โดยมีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

ประชาชนที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน เพื่อให้ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Yamane ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง ดังนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรอิสระข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านปัจจัยทางการตลาดบริการ เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ตัวแปรตาม ด้านพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มผสมนมของคนในเขตห้วยขวาง ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินการสำรวจในช่วงเดือน ธันวาคม 2563

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล บทความทางวิชาการ เอกสาร สื่อต่างๆและงานวิจัยต่างๆ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลการกำหนดสมมติฐานงานวิจัย ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยในบทต่อไป ดังนั้น เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาวิจัยผู้วิจัยได้นำเสนอการทบทวนวรรณกรรมตามหัวข้อ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการ
4. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
5. ความเป็นมาของนม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดในการวิจัย

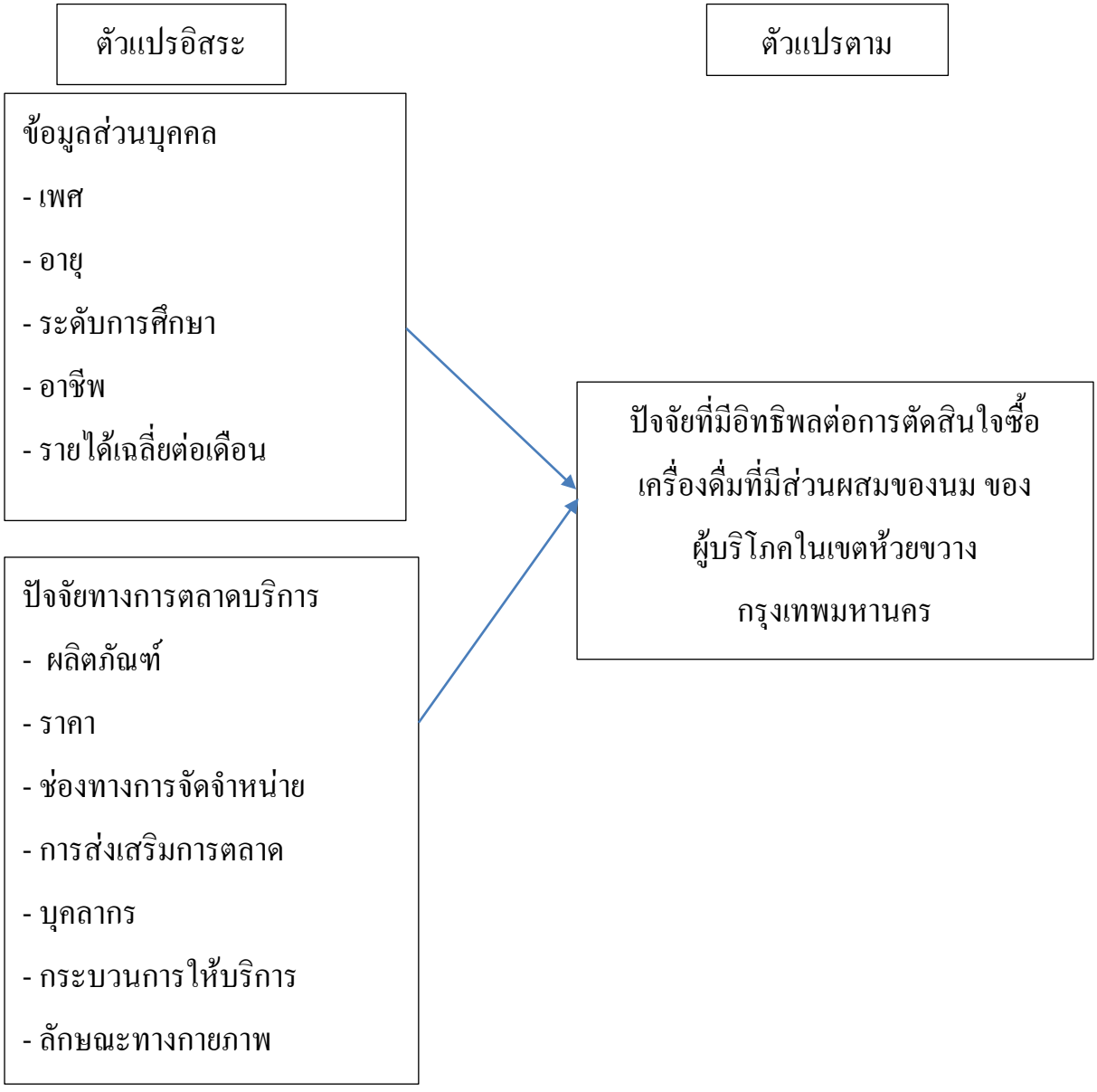
พัชร สิงห์ศักดา (2557) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคชาชงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

กลุ่มประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปีมีอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน/พนักงานธนาคาร มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสถานภาพโสด นอกจากนี้จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีตัวแปรอิสระทั้งหมด 3 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์ต่อตัวแปรตาม ที่มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า หรือเท่ากับ 0.05 ได้แก่ ด้านราคาด้านสถานที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคชาชงของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จันจิรา รัตนนันทเดช (2551) ศึกษาถึงปัจจัยทางตลาดที่มีผลต่อการเลือกดื่มกาแฟสดของร้านคอฟฟี่ เวิล์ด การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท โดยมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านกาแฟคอฟฟี่ เวิล์ด 1 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 100-200 บาท จำนวนคนที่มาใช้บริการแต่ละครั้ง 2 คน โดยมามักใช้บริการกับเพื่อน สาเหตุที่มาใช้บริการเพื่อดื่มกาแฟ และรับประทานของว่าง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม(Questionnaire)วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1.ประชาชนและกลุ่มตัวอย่าง

2.การสุ่มตัวอย่าง

3.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.การสร้างเครื่องมือการวิจัย

5.การเก็บรวบรวมข้อมูล

6.การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมในเขตห้วยขวางนั้น การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงใช้วิธีการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่จำนวนประชากร Infinity ระดับความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อน 5 % ซึ่งทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยเลือกใช้การสุ่มแบบบังเอิญในการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม(Questionnaire)โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมใน เขตห้วยขวาง ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นสำรวจรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านการบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นสำรวจรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นสำรวจรายการ (Checklist)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ประมวลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยวิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบาย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยทางการตลาด และพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มที่ส่วนผสมของนมของคนในเขตห้วยขวาง

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research)มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ในเขตห้วยขวาง ปัจจัยทางการตลาดบริการของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม และการเลือกเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ในเขตห้วยขวาง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง ผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผู้ที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ในเขตห้วยขวางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท
2. ผู้โภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ตามปัจจัยทางการตลาดบริการในด้านราคา (Price)
3. ผู้ที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ส่วนใหญ่มีสาเหตุเนื่องจากมีความชื่นชมในนมโดยมีการตัดสินใจเลือกดื่มจาก รสชาติตามความต้องการ

อภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัย

ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง โดยสามารถนำผลวิการเคราะห์ข้อมูลมาอภิปรายได้ ดังนี้

1.การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนประสมของนม ในเขตห้วยขวางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชร สิงห์ศักดา (2557) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคชาชงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2.การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดบริการของผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนประสมของนม ในเขตห้วยขวางส่วนใหญ่มีการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนประสมของนมตามปัจจัยทางการตลาดบริการในด้านราคา (Price)ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชร สิงห์ศักดา (2557) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคชาชงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3.การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง ส่วนใหญ่มีสาเหตุเนื่องจากมีความชื่นชมในตัวนมอยู่แล้วโดยมีการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มผสมนมจากรสชาติตรงตามความต้องการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เ บ ญ จ พลอย โพธิพีระนันท์(2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคชานมไข่มุกกรณีศึกษาร้าน TEA MORE

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมเป็นลูกค้าเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งผู้ประกอบการควรวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยคำนึงถึงลูกค้ากลุ่มนี้มากที่สุด
2. เนื่องจากผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ในเขตห้วยขวางมีการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม ปัจจัยทางการตลาดบริการในด้านราคามากที่สุด โดยมีการตัดสินใจเลือกดื่มจากรสชาติของนมตรงตามความต้องการ ผู้ประกอบการจึงควรจะมีการพัฒนาในตัวราคามากที่สุด และมีการพัฒนาคุณภาพให้คุ่มค่ากับราคาให้ได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะนำสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนมในด้านต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ควรมีการเพิ่มคำถามในแบบสอบถามให้มีความครอบคลุมยิ่งขึ้น
3. ควรท้าการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เพื่อขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างไปยังจังหวัด อื่นๆ หรือเขตอื่นๆ ที่นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร จะได้ทราบว่าผลการศึกษาที่ได้จะเหมือนหรือ แตกต่างจากเดิมหรือไม่อย่างไร

4. ควรทำการศึกษาตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่ส่งผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของนม เพื่อน้าข้อมูลจากตัวแปรอื่นๆ มาประกอบเพิ่มเติมในงานวิจัยครั้งต่อไป
5. ควรท้าการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มเติมมากขึ้น เพื่อ เป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการต่างๆ ให้มีความเหมาะสมมากขึ้น และก็ยังจะ สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ดีมากยิ่งขึ้นไป

บรรณานุกรม

ธิดาวรรณ จงเกรียงไกร. (2557). พฤติกรรมการบริโภคชาผลไม้โอชายะของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550 : 18) พฤติกรรมผู้บริโภค .กรุงเทพฯ:เอ็กซเปอร์เน็ต

วรามาศ เพ็ชรเนียม. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟพรีเมี่ยมของประชากร ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

ภานุพงศ์ กังหันทิพย์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟโบราณในเขต กรุงเทพและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

สุชญา อาภาภัทร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มคน วัยท างานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.