ชื่อวิทยานิพนธ์ **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเบเกอรี่ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนคร หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

ผู้เขียน นางสาวอรทัย ตราชู
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา 2553

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคเบเกอรี่ 2) พฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่ของผู้บริโภค 3) ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเบเกอรี่ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่ และ 5) ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเบเกอรี่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเน้นการศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 2 ประเภท คือ เค้กแต่งหน้า และคุกกี้ โดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคเบเกอรี่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จำนวน 200 ราย วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอย่างง่าย และสถิติไคสแควร์ ผลการศึกษา พบว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 30 ปี มีสถานภาพโสด นับถือศาสนาพุทธ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคล 5,001-10,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ย 10,000-20,000 บาทต่อเดือน

ผู้บริโภคเบเกอรี่นิยมบริโภคเค้กมากที่สุด รองลงมาคือคุกกี้ โดยส่วนใหญ่เลือกซื้อเบเกอรี่จากร้านเบเกอรี่ทั่วไป และศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า เนื่องจากอยู่ใกล้บ้าน และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ช่วงเวลาที่นิยมซื้อมากที่สุด คือ หลัง 16.00 น. และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเพื่อน ผู้บริโภคนิยมบริโภคเค้กแต่งหน้ารสช็อคโกแลตมากที่สุด ส่วนคุกกี้จะนิยมบริโภคคุกกี้รสเนยมากที่สุด พฤติกรรมการบริโภคเค้กแต่งหน้าและคุกกี้ มีความคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติดี/อร่อย และนิยมรับประทานพร้อมกับกาแฟ/โกโก้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง โดยบริโภค 2-3 ครั้งต่อเดือน ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้งนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จ่ายสำหรับเค้กแต่งหน้าไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง แต่จ่ายสำหรับคุกกี้ไม่เกิน 50 บาทต่อครั้ง

สำหรับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเบเกอรี่ในระดับมากกว่าค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยแต่ละด้านที่ศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย รสชาติ ความสดใหม่ ความสะอาดปลอดภัย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมีฉลากระบุส่วนผสม/วันผลิตและวันหมดอายุ ปัจจัยด้านราคา ประกอบด้วย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ความสะอาดของพื้นที่วางสินค้า เดินทางสะดวก และสถานที่มีความปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย พนักงานมีบุคลิกและอัธยาศัยดี พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่ประเภทเค้กแต่งหน้า พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับรสชาติที่บริโภค และความถี่ในการบริโภค นอกจากนี้อายุและสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.05 และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่ประเภทคุกกี้ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับรสชาติคุกกี้ที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.01 และเพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.05

ปัญหา และอุปสรรคสำคัญที่ผู้บริโภคเบเกอรี่ประสบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่วางจำหน่าย มีรสชาติไม่หลากหลาย มีการตั้งราคาสูงเกินไป พนักงานขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย และไม่พร้อมในการให้บริการลูกค้า ซึ่งผู้บริโภคให้ข้อเสนอแนะว่า ร้านจำหน่ายเบเกอรี่ ควรมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยคำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภค และตั้งราคาจำหน่ายที่เหมาะสมรวมถึงการอบรมพนักงานขายให้มีความเข้าใจในตัวสินค้า และเอาใจใส่ในการบริการลูกค้า