ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์

ผู้เขียน นางสาวจุตินันท์ เรืองจุติโพธิ์พาน

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร.ศรัญญา กันตะบุตร

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย และนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด

ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อกาแฟสดกลับบ้าน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟสด 30-50 บาท ลักษณะที่บริโภค คือกาแฟสดแบบเย็น ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกาแฟสด คือตนเอง ผู้บริโภคไม่มีร้านกาแฟสดที่ไปเป็นประจำ และเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกเข้าร้านกาแฟสด เพราะรสชาติของกาแฟสด นอกจากนี้พบว่าความถี่ในการบริโภคกาแฟสด คือ นานๆ ครั้ง ช่วงเวลาที่บริโภค คือ 09.01-12.00 น. เลือกบริโภคกาแฟสดประเภทคาปูชิโน และไม่ซื้ออะไรควบคู่กับการซื้อกาแฟสด มากที่สุด

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกต่อปัจจัยย่อยในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รสชาติและกลิ่นของกาแฟดี ด้านราคา ได้แก่ มีป้ายบอกราคาชัดเจน และราคากาแฟสดมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมาที่ร้าน ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สะสมคูปองส่วนลด ด้านบุคคล ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส กับลูกค้า ด้านกระบวนการ ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ความสะอาดของร้าน

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามเพศ อายุ และอาชีพ พบว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Fresh-Coffee Consumption Behavior of Consumers in Mueang Nakhon Sawan District

Author Miss Chutinan Ruangchutiphophan

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Dr. Saranya Kantabutra

ABSTRACT

The purpose of this independent study is to explore the Fresh-Coffee Consumption Behavior of Consumers in Mueang Nakhon Sawan District. The data consists of a sample of 300 consumers. The collected data were analyzed by descriptive statistics - i.e. frequency, percentage and mean, as well as inferential statistics - i.e. t-test and one-way ANOVA test.

The study found that most Fresh-Coffee consumers are single females, between 25-35 years old and with bachelor degree. Most respondents were government officials with monthly income of approximately 10,000 baht.

On knowledge of Fresh-Coffee Consumption Behavior, the study found that most consumers spends 30-50 baht to purchase coffee to take home. The most popular item was cold fresh coffee. They made their own and had no regular coffee shop. The main reason for choosing the shop was the taste. They seldom buy coffee, and when they do, the time is usually between 9:01 am. and 12:00 pm. They buy cappuccino and not other products.

According to the marketing mix factors affecting purchase of Fresh-Coffee Consumption Behavior of Consumers, all factors were ranked at the highest level. On the product aspects, taste was ranked first. On the price aspects, reasonable price with quality was ranked first. On the place aspects, wide availability was ranked first. On the promotion aspects, a collection of coupons was ranked first. On the people aspects, a staff cheerful and friendly with

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

customers was ranked first. On the process aspects, a convenience of service was ranked first. On the physical dividend aspects, a clean of the store was ranked first.

The results show that the above factors are affected by sex age occupation, among consumers in Mueang Nakhon Sawan District.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved