

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภค  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาว ชลธิรา อินทรเทพ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ชีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา ประธานกรรมการ  
อาจารย์ นฤมล พงศ์ชัยเดชา กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค  
ในร้านกาแฟและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟ อำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่กำลัง  
บริโภคกาแฟอยู่ในร้านกาแฟ 10 ร้าน จำนวน 300 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก และ  
นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่และ  
อัตราส่วนร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีสถาน  
ภาพโสด อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี อาชีพนักเรียน  
นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน

ด้านพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ตอบ  
แบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านกาแฟมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 51-  
100 บาทต่อครั้ง มาใช้บริการพร้อมกับบุคคลอื่นจำนวน 2-3 คน ซึ่งกลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการด้วย  
ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพื่อน

เหตุผลในการบริโภคกาแฟสดของผู้ตอบแบบสอบถาม สามอันดับแรกได้แก่ เพื่อดื่มกาแฟ เพื่อพัก  
ผ่อนหย่อนใจ และเพื่อนัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านกาแฟสด  
ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่  
เลือกรสชาติของกาแฟ และความหลากหลายของรสชาติกาแฟที่มีให้เลือก ปัจจัยที่มีผลต่อการ  
บริโภคกาแฟสดน้อยที่สุด คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ถูกค้ำเห็นว่าการส่งเสริมการขายโดย  
การลด แลก แจก แถม ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่การโฆษณายังมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

**Independent Study Title**            Consumer's Behavior in Consuming Fresh Ground Coffee in  
Coffee Shops in Mueang District, Chiang Mai Province

**Author**                                    Miss Chonthira Intharathep

**Degree**                                    Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Lecturer Theerakiti Navaratana Na Ayudhya            Chairperson

Lecturer Narumon Pongchaidecha                        Member

### ABSTRACT

The purposes of this study were to study the customer's behavior in consuming fresh ground coffee in coffee shops in Mueang District, Chiang Mai Province. A sample of 300 customers who were using the services from 10 coffee shops in Mueang District, Chiang Mai Province was selected by means of convenience sampling method. Questionnaires were used for data collection and the data was analyzed by using frequency and percentage.

The result of the study found that the respondents were male more than female, single, age between 21 to 30 years old, undergraduate and graduated, students, earn lower than 5,000 Baht a month.

The result of the study on respondent's behavior in consuming fresh ground coffee found that most of the respondents used the services more than 4 times a month, spent about 51-100 Baht each time, also had 2-3 companies and most of them were friends.

The reasons of the respondents to consume fresh ground coffee in the first three reasons were for drinking coffee, for relaxing and for meeting friends. The most important factor was product which the taste of coffee and the various tastes of coffee were important. The least important factor was promotion. The respondents thought that sale promotion such as reduced price, sale coupons, premium; did not effect to their buying decision but the advertisement was still influential.