

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ร้านกาแฟในเขตชานเมือง กรุงเทพมหานคร
คำสำคัญ	ส่วนประสมทางการตลาด/กาแฟ
ชื่อนักศึกษา	ณัฐกานต์ พันธุ์สวัสดิ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ คาราวงษ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2558

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้คือ 1) เพื่อศึกษาด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคกาแฟในเขตชานเมือง กรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคกาแฟในเขตชานเมือง กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตชานเมือง กรุงเทพฯ จากทั้งสิ้น จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานจะใช้การทดสอบ *t-test* และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว one way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระในแต่ละกลุ่ม และการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณเพื่อหาค่าระดับอิทธิพลระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 83.0 กลุ่มอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 68.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000บาท คิดเป็นร้อยละ 47.0 ส่วนด้านความพึงพอใจกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดพบว่าด้านราคามีความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x}=3.73$ ,  $SD = 0.72$ ) รองลงมา ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย ด้านบุคคล และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านความพึงพอใจ พบว่าด้านมีความพึงพอใจโดยรวมกับร้านกาแฟแห่งนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.67, SD = 0.75$ ) รองลงมา ได้แก่ ด้านร้านกาแฟแห่งนี้เป็นร้านที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก และด้านร้านกาแฟแห่งนี้สามารถตอบสนองความคาดหวังของท่านได้