

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ของ ผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	ปัจจัยทางการตลาด/พฤติกรรมการบริโภค/กาแฟสด
ชื่อนักศึกษา	สุพรรณิ รัตนารักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ดร.ชนินทร์ วิชชุดา
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2548

### บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด โดยจากการศึกษาร้านกาแฟสด

ในการศึกษาได้ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อกาแฟสด จากการแจกและเก็บแบบสอบถามตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา นิคมอุตสาหกรรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยเป็นเพศชายทั้งหมด 216 คน เพศหญิงทั้งหมด 184 คน

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับอาชีวะ/อนุปริญญาและปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทและธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 5001 – 15,000 บาท สาเหตุในการดื่มกาแฟสด คือ ชอบในรสชาติและชอบดื่มกาแฟเย็น ช่วงเวลาที่ดื่มกาแฟสดส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะของความสะดวกในการซื้อ โดยจะไม่เป็นเวลาที่แน่นอน และจะไปร้านกาแฟสดกับเพื่อนหรือไปคนเดียวโดยจะใช้เวลาที่อยู่ในร้านกาแฟสดประมาณ 5-10

นาที่ ความถี่ในการคั้มกาแฟสดประมาณสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง โดยค่าใช้จ่ายในการคั้มกาแฟสด ต่อ 1 แก้ว จะอยู่ระหว่าง 25-50 บาท และพฤติกรรมการคั้มกาแฟสดหากมีการปรับราคาขึ้นส่วน ใหญ่จะคั้มเหมือนเดิมแต่ลดความถี่ในการคั้มลง

ผลจากการศึกษาในด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรบริโภคกาแฟสด พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมี รายละเอียดดังนี้ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับความสดใหม่ หอม ของวัตถุดิบมากที่สุด รองลงมาจะเป็นความสะอาดของผลิตภัณฑ์ 2. ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานที่จำหน่ายมากที่สุด รองลงมาจะเป็น ความสะดวกในการซื้อกาแฟสด 3. ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับราคาที่มีความ เหมาะสมกับปริมาณมากที่สุด รองลงมาจะเป็นมีหลายราคาให้เลือก 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายมากที่สุด รองลงมาจะเป็นการ ให้ส่วนลดในการซื้อ