

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
ผู้จัดทำ	นางสาวณิชภา จันทะเวียง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ศรีสุดา แซ่ลี
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	มิถุนายน 2554
จำนวนหน้า	55
คำสำคัญ	พฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย การกำหนดขนาดของตัวอย่าง โดยใช้สูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากรได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้แบบพรรณนา นำมาประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อกาแฟสดในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกดื่มกาแฟสดเนื่องจากรสชาติดี ซื้อเฉพาะกาแฟสดไม่ต้องการซื้อสินค้าควบคู่ มีการเลือกซื้อกาแฟสดแบบเย็น โดยเลือกซื้อกาแฟสดประเภทเอสเปรสโซ ซีโอส์ปดาร์ละ 1-2 แก้ว การซื้อกาแฟส่วนใหญ่เลือกซื้อที่ร้านกาแฟสด ส่วนมากซื้อกาแฟสดเพื่อดื่มเอง นิยมดื่มกาแฟในช่วงเช้า 6.00- 10.00 น. ชื่อเสียงของร้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสด ซึ่งชื่อเฉลี่ยต่อ

ครั้งเป็นจำนวนเงิน 30-50 บาท สิ่งที่คาดหวังจากการซื้อกาแฟสดคือ กาแฟมีรสชาติที่ดีมากที่สุด รongลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยการเรียงลำดับ พบว่า เลือกลำดับที่ 1 ตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ซึ่ง ได้แก่ เลือกจากรสชาติและกลิ่นของกาแฟดี เลือกลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างเลือก ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เลือกลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างเลือก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่ง ได้แก่ ความสะอาดและความสวยงามของการตกแต่งหน้ากาแฟ เลือกลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างเลือกปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่ง ได้แก่ มีความหลากหลายรสชาติ เลือกลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างเลือก ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่ง ได้แก่ ร้านที่จำหน่ายไปมาสะดวก