

ชื่อภาคนิพนธ์ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย นางอภิญา ศักยาภินันท์ ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รศ.สมจิตร ล้วนจำเริญ (2) รศ.ชีลาพร อินทร์อุดม (3). ดร. จริยา กลิ่นจันทร์
ปีการศึกษา 2548 จำนวนหน้า 87 หน้า คำสำคัญ พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มกาแฟสด

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มกาแฟสด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน ประกอบด้วยผู้บริโภคที่นิยมดื่มกาแฟสด เฉพาะกลุ่มผู้ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ไค-สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้บริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดในกลุ่มตัวอย่างนิยมดื่มกาแฟสด เพราะชอบรสชาติ มักเลือกดื่มเฉพาะที่มีตราผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยและเป็นที่ยอมรับ ช่วงเวลาที่ดื่มไม่แน่นอน ส่วนใหญ่นิยมซื้อตามศูนย์การค้า และร้านทั่วไป เช่น ร้านค้าในสถานที่ทำงาน ร้านค้าในปั้มน้ำมัน เป็นต้น (2) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขึ้นอยู่กับเพศและรายได้ ปัจจัยด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขึ้นอยู่กับเพศ อายุและรายได้ ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขึ้นอยู่กับรายได้ (3) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด ส่วนใหญ่รับรู้จากการบอกต่อ และคิดว่าการบอกต่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดมากที่สุด การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดแตกต่างกันตาม เพศ อายุ และรายได้ และพบว่ารายได้มีผลต่อประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟสด ในขณะที่เพศและอายุไม่มีผลต่อสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟสด

Term Paper Title Consumers' Behavior in drinking green coffee in Bangkok metropolitan area .

Researcher Mrs. Apinya Sakyabhinand. Master of Business Administration (Marketing), Dhonburi Rajabhat University. Term paper advisors : (1) Assoc. Prof. Somchit Launchareon.
(2) Assoc. Prof. Cheeraporn Inudom. (3) Dr . Chariya Klinchan. Academic year 2006 ,
87 pp. Keywords : Consumers' behavior, drinking green coffee

ABSTRACT

The objectives of this research were to study consumers' behavior in drinking green coffee in Bangkok metropolis, marketing factors that effected to drinking green coffee, and information perceived by consumers in drinking green coffee. Sample were 400 consumers who were working people and drank green coffee in Bangkok metropolitan area. Questionare was an instrument in collecting data and the data were analized by using computer program. Statistics for analysis data were frequency, percentage, mean, standard deviation and chi – square tests.

The results of the study were as follows : (1) consumers who drank green coffee because of preference its flavor and they often chose to drink a well – known home product, times of drinking were not certain and most of them liked to buy from a coffee shop in trade center and general shop such as shop in the office and petrol stations, etc. ; (2) product factor that affected to drinking behavior was up to gender and income, cost and marketing promotion factors that affected to drinking behavior were up to gender, age and income, and area factor that affected to drinking behavior was up to income ; (3) perceiving information of drinking green coffee, consumers almost received from mouth to mouth and thought that this kind of information was the most effective for decision to drink green coffee, information received in drinking green coffee varied according to gender, age, and income, and income effected to a kind of media that influenced upon decision to buy green coffee while gender and age did not.