

สารบัญ

| | หน้า |
|--|-----------|
| บทคัดย่อ (ภาษาไทย) | (1) |
| บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ) | (3) |
| กิตติกรรมประกาศ | (5) |
| สารบัญ | (9) |
| สารบัญตาราง | (11) |
| สารบัญภาพ | (15) |
| | |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 3 |
| สมมติฐานการวิจัย | 3 |
| ขอบเขตของการวิจัย | 3 |
| กรอบแนวความคิดในการวิจัย | 4 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ | 4 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 5 |
| | |
| บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎีและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 7 |
| ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค | 7 |
| ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด | 20 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 25 |
| ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกาแฟสด | 28 |
| | |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย | 35 |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 35 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|-----------|
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 36 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล | 37 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 37 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 41 |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด | 41 |
| ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด | 44 |
| ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เครื่องดื่มกาแฟสด | 51 |
| ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคเครื่องดื่ม กาแฟสด | 56 |
| ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน | 59 |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 71 |
| สรุปผลการวิจัย | 71 |
| การอภิปรายผล | 73 |
| ข้อเสนอแนะ | 74 |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป | 75 |
| บรรณานุกรม | 77 |
| ภาคผนวก | 79 |
| แบบสอบถาม | 81 |
| ประวัติผู้วิจัย | 87 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4.1 จำนวน ร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง | 41 |
| 4.2 จำนวน ร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง | 42 |
| 4.3 จำนวน ร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง | 42 |
| 4.4 จำนวน ร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่าง | 43 |
| 4.5 จำนวน ร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง | 44 |
| 4.6 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่นิยมดื่มกาแฟสด | 45 |
| 4.7 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกดื่มกาแฟสดที่มี ตราผลิตภัณฑ์ (แบรนด์ช้ของร้าน) เป็นที่รู้จัก | 45 |
| 4.8 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตราผลิตภัณฑ์ (แบรนด์ช้ของร้าน) ที่เลือก | 46 |
| 4.9 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามร้านจำหน่ายกาแฟสด ที่นิยมเลือกซื้อ/ดื่มในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา | 46 |
| 4.10 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่นิยมไปซื้อ ผลิตภัณฑ์กาแฟสด | 47 |
| 4.11 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรสชาติกาแฟสดที่ชอบดื่ม | 48 |
| 4.12 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคากาแฟสดต่อแก้วที่ดื่ม | 48 |
| 4.13 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทร้านกาแฟที่นิยมซื้อ เครื่องดื่มกาแฟสด | 49 |
| 4.14 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการดื่มกาแฟสด | 50 |
| 4.15 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลา queดื่มกาแฟสด | 50 |
| 4.16 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริการอื่นๆ ที่ต้องการให้มี ในร้านกาแฟสด | 51 |
| 4.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยทาง การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคกาแฟสดทางด้านผลิตภัณฑ์ | 52 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคกาแฟสดทางด้านราคา | 53 |
| 4.19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคกาแฟสดทาง ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย | 54 |
| 4.20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคกาแฟสดทางการส่งเสริมการตลาด | 55 |
| 4.21 สรุปค่าเฉลี่ยรวม ของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคกาแฟสด | 56 |
| 4.22 จำนวน ร้อยละ ของการรับรู้ข่าวสารการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด จำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ | 57 |
| 4.23 จำนวน ร้อยละ ของการรับรู้ข่าวสารการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด จำแนกตามความเพียงพอของข้อมูลที่รับรู้จากสื่อต่างๆ | 57 |
| 4.24 จำนวน ร้อยละ ของการรับรู้ข่าวสารการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อกาแฟสด | 58 |
| 4.25 จำนวน ร้อยละ ของการรับรู้ข่าวสารการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด จำแนกตามข้อมูลที่สนใจเกี่ยวกับกาแฟสด | 59 |
| 4.26 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับสาเหตุที่ดื่มกาแฟสด | 60 |
| 4.27 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับราคากาแฟสดต่อแก้วที่ดื่ม | 61 |
| 4.28 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับช่วงเวลา que ที่ดื่มกาแฟสด | 62 |
| 4.29 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับความถี่ในการดื่มกาแฟสด | 63 |
| 4.30 ความสัมพันธ์ของเพศกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด | 64 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4.31 ความสัมพันธ์ของอายุกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มกาเฟสด | 65 |
| 4.32 ความสัมพันธ์ของรายได้กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มกาเฟสด | 66 |
| 4.33 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มกาเฟสด | 68 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 2.1 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค | 11 |
| 2.2 โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการซื้อของผู้บริโภค | 17 |