

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	เจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดของร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาเอกมัย
ชื่อผู้จัดทำ	นางสาวภิญญาพร สโมสร นางสาวสุพิชชา นุกูลอึ้งอารี นายวิพล โชติวรรณชูสกุล
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการโรงแรมและภัตตาคาร
ปีการศึกษา	2550
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์พรมิตร กุลกาลยีนยง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคกาแฟคั่วบดในด้านสินค้า ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาเอกมัย (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อเจตคติของผู้บริโภคต่อการบริโภคกาแฟคั่วบดของร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาเอกมัย

วิธีดำเนินการวิจัยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนทั่วไปทั้งเพศชายและหญิงที่มารับบริการที่ร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาเอกมัย จำนวน 402 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบด้วยสถิติแบบ F-test (One-way ANOVA) ส่วนการหาความสัมพันธ์ใช้การทดสอบด้วยสถิติ (chi-square) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS For Window Version 13 ศึกษาความแตกต่างทางลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วบด ที่ส่งผลต่อเจตคติของผู้บริโภคกาแฟคั่วบดที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดของร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาเอกมัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคกาแฟคั่วบด

ผลการวิจัย พบว่าผลจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มาใช้บริการที่ร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาเอกมัยมีสัดส่วนของเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน โดยส่วนมากกลุ่มอายุของผู้บริโภคคือ ช่วงอายุ 20-24 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มของผู้บริโภคที่กำลังศึกษา และเริ่มทำงาน ในอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ชื่นชอบในการดื่มกาแฟคั่วบด โดยมีความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วบดต่อสัปดาห์อยู่ที่ 1-2 วัน ในปริมาณ 1 ถ้วยต่อวัน ช่วงเวลาในการดื่มคือ 12.01-15.00 น. ส่วนใหญ่ผู้บริโภคชอบ

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ทางด้านอายุและรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน นั้นส่งผลให้เจตคติของผู้บริโภคกาแฟแก้วบดที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดของร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาเอกมัย ในภาพรวม แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟแก้วบดจากร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาเอกมัย ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลให้เจตคติต่อส่วนผสมทางการตลาดในภาพรวม
3. พฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคกาแฟแก้วบดในร้านบ้านไร่กาแฟสาขาเอกมัย มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ดังนั้นในการแบ่งส่วนการตลาด และการใช้ส่วนประสมทางการตลาด จำเป็นที่ผู้ประกอบการด้านร้านกาแฟ จำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะได้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้ส่วนประสมทางการตลาดให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจร้านกาแฟได้มากที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าโดยอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลืออย่างสูงจากท่านอาจารย์พรมิตร กุลกาลยีนยง ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า ในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในการทำการศึกษาค้นคว้าโดยอิสระฉบับนี้ นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ คณะผู้ค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

คณะผู้ค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์พรมิตร กุลกาลยีนยง ดร. กฤษณภูมิ ศรีสุขเกษม และดร. พนิต กุลศิริ คณะกรรมการสอบป้องกันการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ และเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งทำให้การศึกษาโดยอิสระในครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ เพื่อนนักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และภัตตาคารทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ และให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา

ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่น้องและเครือญาติ ที่เป็นกำลังใจให้ ความรักให้การสนับสนุนและให้โอกาสทางการศึกษาแก่ลูกจนประสบความสำเร็จ

ภิญญาพร สโมสร
สุพิชชา นกุลอึ้งอารี
วิพล โชติวรรณชูสกุล