

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการใช้กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ-สกุลนักศึกษา	ภานุศล เนาวัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. กนกรส สุขประไพ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2567

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ 1)พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม 2)ส่วนประสมการตลาดกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำแนกตามลักษณะพื้นฐานผู้บริโภค การวิจัยเชิงปริมาณ ผ่านการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 400 คน แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดลำดับ สำหรับสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ t – test และ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษา ดังนี้ 1) พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม ส่วนใหญ่ ทรายี่ห่อกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มที่บริโภคเบอร์ดี 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ความถี่ในการบริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มต่อเดือนจำนวน 1 ครั้งต่อเดือน138คน คิดเป็นร้อยละ34.5 และส่วนใหญ่มิ่ค่าใช้จ่ายการเฉลี่ยบริโภคในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 บาท 148 คน คิดเป็นร้อยละ37.0 2)ส่วนประสมการตลาดกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในกรุงเทพมหานครผู้บริโภคให้ความสำคัญมากหากจัดลำดับจากค่าเฉลี่ย พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ 3) ผู้บริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในกรุงเทพมหานครเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มไม่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ** ส่วนประสมการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม