

ส่วนประสมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในจังหวัดอุทัยธานี

ฐนิชชา โนวิชัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ชนากร ชนาธารชูโชติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิตา ยืนยง

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ 1) พฤติกรรมการบริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม 2) ส่วนประสมการตลาดกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในจังหวัดอุทัยธานี 3) เปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานีจำแนกตามลักษณะพื้นฐานผู้บริโภค ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เคยบริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในจังหวัดอุทัยธานี ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 365 คน ผ่านการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นสอบถาม มีค่าความครอบคลุมตัวแปร IOC = .83 และค่านำความเชื่อถือ Cronbach's Alfa Coefficient = .81

ผลการศึกษา

1) พฤติกรรมการบริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม ส่วนใหญ่ ทรายี่ห้อกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มที่บริโภคเบอร์ดี 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ความถี่ในการบริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มต่อเดือนจำนวน 1 ครั้งต่อเดือน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายการเฉลี่ยบริโภคในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 บาท 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 2) ส่วนประสมการตลาดกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในจังหวัดอุทัยธานี ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากหากจัดลำดับจากค่าเฉลี่ย พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ 3) ผู้บริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในจังหวัดอุทัยธานีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความสำคัญเป็นส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ ส่วนประสมการตลาด พฤติกรรมบริโภค กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม