

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	11
สถานที่และระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	17
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ ของผู้บริโภค	24
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำของผู้บริโภค	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วคอกาแฟ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	37
ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วคอกาแฟ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	54
ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการศึกษา	81
อภิปรายผล	90
ข้อค้นพบ	94
ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	99
แบบสอบถาม	100
ประวัติผู้เขียน	107

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	15
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	15
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	16
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราयीหือ ของผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ	17
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ การซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟคั่ว	18
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อ ผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วคอกค้ำ	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ กาแฟคั่วคอกค้ำที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ	19
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตามสถานที่ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วคอกค้ำ	20
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณที่ซื้อผลิตภัณฑ์ กาแฟคั่วคอกค้ำ ขนาด 200 กรัม ในแต่ละครั้ง	20
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ ผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วคอกค้ำ	21
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลในครอบครัว ที่ดื่มกาแฟ	21
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วคอกค้ำที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ	22
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วคอกค้ำ	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคล ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ	23
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	24
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	26
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	27
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ จำแนกตามปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	28
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขาย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ	29
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการของแถมที่ ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ	29
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อ ผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	31
24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อ ผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	33
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อ ผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	34
26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อ ผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	35
27	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราयीี่ห้อของผลิตภัณฑ์ กาแฟแก้วที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามเพศ	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์ กาแฟแก้ว จำแนกตามเพศ	38
29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์กาแฟแก้ว คอกซ์คั่วที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามเพศ	39
30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณที่ซื้อผลิตภัณฑ์ กาแฟแก้วคอกซ์คั่ว ขนาด 200 กรัม ในแต่ละครั้ง จำแนกตามเพศ	40
31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร ผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วคอกซ์คั่วที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ จำแนกตามเพศ	41
32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราหือของผลิตภัณฑ์ กาแฟแก้วที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามอาชีพ	42
33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์ กาแฟแก้ว จำแนกตามอาชีพ	43
34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์กาแฟแก้ว คอกซ์คั่วที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพ	45
35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณที่ซื้อผลิตภัณฑ์ กาแฟแก้วคอกซ์คั่ว ขนาด 200 กรัม ในแต่ละครั้ง จำแนกตามอาชีพ	46
36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร ผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วคอกซ์คั่วที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ จำแนกตามอาชีพ	47
37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราหือของผลิตภัณฑ์ กาแฟแก้วที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	49
38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์ กาแฟแก้ว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	50
39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์กาแฟแก้ว คอกซ์คั่วที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	51
40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณที่ซื้อผลิตภัณฑ์ กาแฟแก้วคอกซ์คั่ว ขนาด 200 กรัม ในแต่ละครั้ง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
41	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร ผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วคอกำลังที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	53
42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	54
43	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามเพศ	56
44	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	57
45	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	58
46	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	59
47	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามอายุ	61
48	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	62
49	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	63
50	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	64
51	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	66
52	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	67
53	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
54	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	69
55	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	72
56	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	73
57	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	74
58	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	75
59	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	77
60	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	78
61	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	79