ชื่อวิทยานิพนธ์ **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

ผู้เขียน นายปิติพงศ์ ศิริ
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคกาแฟสด 2) พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค 3) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค 4) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคกาแฟสด โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ประชาชนที่บริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีการสุ่มตัวแบบบังเอิญ 120 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติอย่างง่ายและสถิติไคสแควร์

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 27.96 ปี สถานภาพโสด นับถือศาสนาพุทธ การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 4.65 คน อาชีพหลักของผู้บริโภคร้อยละ 38.3 เป็นนักศึกษา และร้อยละ 33.4 เป็นพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพรอง มีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท มีค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคและบริโภคกาแฟต่อเดือนเฉลี่ย 8,366.66 และ 761.75 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว ดูทีวีเป็นงานอดิเรก ผู้บริโภคร้อยละ 50 เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกาแฟสด

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ดื่มกาแฟสด 1-2 วันต่อสัปดาห์ โดยนิยมดื่มช่วงเที่ยงถึงเย็นมากที่สุด ผู้บริโภคนิยมดื่มกาแฟคาปูชิโน่ และดื่มกาแฟสดร่วมกับอาหาร ร้อยละ 52.5 ผู้บริโภคชอบร้านที่ตกแต่งให้มีมุมพักผ่อนคล้ายห้องนั่งเล่น มีการเปิดเพลงเบาๆ มีเครื่องปรับอากาศ มีความเป็นส่วนตัวของที่นั่งและมีอินเตอร์เน็ตให้บริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาดของภาชนะเป็นอันดับแรก พนักงานยิ้มแย้ม สุภาพ เต็มใจบริการและให้บริการรวดเร็ว ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคกาแฟสด เฉลี่ย 105.75 บาท/ครั้ง โดยผู้บริโภคร้อยละ 80.8 เห็นว่าราคากาแฟสดเหมาะสม

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติของกาแฟสด และบรรยากาศและความสะอาดของร้าน ส่วนปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในระดับมาก ได้แก่ ชนิดของเมล็ดกาแฟ กลิ่นของกาแฟสดความหลากหลายของชนิดกาแฟ มีขนมเบเกอร์รี่ รวมถึงอาหารขายในร้าน ราคาของกาแฟสด ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน รูปแบบการจัดร้าน ที่จอดรถมีความสะดวก มีบริการอินเตอร์เน็ตความเร็ว ความเป็นกันเอง และการสร้างความประทับใจของผู้ให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟสด พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการใช้บริการร้านกาแฟสดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ กาแฟสดมีราคาแพง สถานที่จำหน่ายมีน้อย หาซื้อยาก และมีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการควบคุมราคา และคุณภาพของกาแฟสด และปรับปรุงสถานที่ให้บริการให้มีความหลากหลายและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น