



ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของ  
ผู้บริโภคในอำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

MARKETING MIX AFFECTING THE CONSUMER BEHAVIOUR  
IN COFFEE SHOP IN BANGRAJAN  
SUB-DISTRICT, SINGHABURI PROVINCE

โดย

นางสาวเมธาวดี ทองขาว

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏ

พุทธศักราช 2557

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม  
การใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอบางระจัน  
จังหวัดสิงห์บุรี

โดย

เมธาวดี ทองขาว

หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร. ชรินทร์ วิชชุตา

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2557

.....  
(รองศาสตราจารย์ สุขจิตต์ ณ นคร) ประธานกรรมการ

.....  
(ดร. ชรินทร์ วิชชุตา) กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
(ดร. พิชัย ทรัพย์เกิด) กรรมการ/ผู้อำนวยการหลักสูตร



ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้าน  
กาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ชื่อ - นามสกุล : นางสาวเมธาวดี ทองขาว

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ชนินทร์ วิชชุตา

ปีการศึกษา : 2557

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะผู้บริโภค ปัจจัยตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอบางระจันจังหวัดสิงห์บุรี รวมถึงเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอบางระจันจังหวัดสิงห์บุรี และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้บริโภคกับปัจจัยทางการตลาดในการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอบางระจันจังหวัดสิงห์บุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคกาแฟสดในอำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรีจำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ,ค่า t-Test ,F-Test และค่า (Chi - Square)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพประกอบอาชีพส่วนตัว มีรายได้ 15001-20000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคกาแฟสดระหว่าง 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ บริโภคกาแฟสดในช่วงเวลา ก่อนเวลา 9.00 น. บริโภคกาแฟประเภท ESPRESSO และ CAFELAETE ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านกาแฟสดเนื่องจากการบริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการกาแฟสดต่อครั้งอยู่ระหว่าง 26 - 45 บาท บริโภคกาแฟสดที่ร้านกาแฟในร้านเบเกอรี่ที่ขายกาแฟสด บริโภคกาแฟสดที่ร้านกาแฟ Café Amezon ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดด้วยตนเอง ใช้ร้านกาแฟเป็นสถานที่คุยธุรกิจ

ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกาแฟสดอยู่ในระดับมากสำหรับความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคและส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน

๓

**Independent Study Title** : MARKETING MIX AFFECTING THE  
CONSUMER BEHAVIOUR IN  
COFFEE SHOP IN BANGRAJAN  
SUB-DISTRICT,SINGHABURI PROVINCE

**Name - Surname** : Metawadee Tongkuaw

**Independent Study Advisor** : Dr.Chanin witchuta

**Academic Year** : 2014

### **ABSTRACT**

This research study To study the characteristics of consumers. Market factors that affect the coffee shop of consumer in the district Bangrachan singBuri Province, including the relationship between the consumer and the service behavior. And to study the relationship between consumer and market factors in the use of fresh roasted coffee to consumers. The sample used in this study is that consumers in the bangrachan district singBuri province and 150 people and data collection instruments were used in the statistical analysis of the frequency, percentage, mean and standard deviation. t-Tert ,F-Test and Chi – Square

The results showed that Most consumers are female. Occupations than men graduated with income also found that 15,001 to 20,000 baht. Most consumers coffee, 2-3 times a week. Fresh coffee consumption during and prior to 9:00 am, including coffee espresso and laete is mainly drink coffee. Because the service Cost of service for the price of 26 -45 baht per time making coffee at the coffee shop or bakery functions. Drink at Cafe Amezon the decision a coffee shop service by myself and appointments with customers.

Consumers are so important to the marketing mix factors affecting the selection of freshly brewed coffee at a high level for the relationship of consumer behavior in a coffee shop and consumer marketing mix is. Relevance