

สารบัญ

บทที่		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ม
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
	กิตติกรรมประกาศ.....	จ
	สารบัญ	ฉ
	สารบัญตาราง	ช
	สารบัญภาพ	ฅ
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	จุดมุ่งหมายของการวิจัย	3
	ขอบเขตของการวิจัย	3
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ	4
	ประโยชน์ที่ได้รับ	5
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
	บริบทของธุรกิจกาแฟสดในเขตเทศบาลนครสวรรคต.....	6
	พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟของคนไทย.....	8
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกาแฟ.....	12
	แนวคิดเรื่องการตลาด.....	24
	แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด.....	25
	แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด.....	29
	ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	41
	การสนทนากลุ่ม	43
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	53
	กรอบความคิดในการวิจัย.....	60

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	61
ขั้นตอนการวิจัย	61
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	62
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล	64
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	65
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	68
ตอนที่ 2 องค์ประกอบทางด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจกาแฟสดตามกลยุทธ์ 4 Ps ที่มีผล ต่อการบริโภคกาแฟสดเขตเทศบาลนครนครสวรรค์.....	70
ตอนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจกาแฟสดตาม กลยุทธ์ 4 Ps ที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดเขตเทศบาลนครนครสวรรค์	75
ตอนที่ 4 การสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์....	76
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	79
สรุปผลการวิจัย.....	80
อภิปรายผล.....	82
ข้อเสนอแนะ.....	84
รายการอ้างอิง.....	85
ภาคผนวก.....	89
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ.....	90
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....	92
ภาคผนวก ค หนังสือขอความร่วมมือ.....	94
ภาคผนวก ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	96
ภาคผนวก จ สรุปบันทึกการสนทนากลุ่ม.....	101
ประวัติผู้วิจัย.....	106

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม สถานภาพ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ	68
4.2 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจกาแฟสด ตามกลยุทธ์ 4 Ps ที่มีผลต่อพฤติกรรม การบริโภคกาแฟสด ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์	70
4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ บริโภคกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์	72
4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางด้านทำเลสถานที่การจัดจำหน่าย ที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้ประกอบการ ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์	73
4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ...	74
4.6 แสดงองค์ประกอบที่สำคัญด้านผลิตภัณฑ์ (P1).....	76
4.7 แสดงองค์ประกอบที่สำคัญด้านราคา (P2)	77
4.8 แสดงองค์ประกอบที่สำคัญด้านสถานที่ตั้ง (P3).....	77
4.9 แสดงองค์ประกอบที่สำคัญด้านการส่งเสริมการขาย (P4).....	78

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงแนวความคิดส่วนประสมทางการตลาด 3 Ps กับ IC	40
2.2 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค.....	42
2.3 แสดงการนั่งสนทนากลุ่ม.....	49
2.4 แสดงกรอบความคิดในการวิจัย.....	60
4.1 แสดงองค์ประกอบที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด.....	75

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Rajabhat Surin Rajabhat University