

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จังหวัดเชียงใหม่
ผู้เขียน	นายกรกฎ พลภาณุมาศ
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.จิรวรรณ นายสุวรรณ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่จำนวน 300 ราย โดยใช้เทคนิคสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 16-24 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท สาขาประคูวิศวะหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นสาขาที่มาใช้บริการบ่อย โดยมีจำนวนการใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ซึ่งใช้จ่ายเงินที่ร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่บริโภคผลิตภัณฑ์จากกาแฟ เวลา 12.01-15.00 น. ในวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ โดยเพื่อนร่วมงาน/เพื่อน เป็นผู้ชักชวนให้ไปร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ โดยจะมาดื่ม/รับประทาน สื่อกิจการทำให้รู้จักร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จากเพื่อน เช่นกัน ซึ่งมีเหตุผลที่ใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ เป็นสถานที่สังสรรค์ พบปะ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจากมากไปหาน้อยดังนี้

ปัจจัยด้านบุคลิกหรือพนักงานคือ ด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ ด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง

กายภาพ คือ ด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ด้านภาชนะบรรจุสะอาด ปัจจัยด้านราคา คือ ด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) และด้านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ ด้านทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือที่ทำงาน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ด้านการบริการของพนักงานขายโดยรวม ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ และได้รับบริการในระดับที่น่าพึงพอใจมากที่สุดซึ่งอยู่ใน Quadrants B 5 อันดับแรก คือ ด้านพนักงานมีความถูกต้องในการคิดเงิน ด้านขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน ด้านภาชนะบรรจุสะอาด ด้านการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และด้านการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก แต่ได้รับความพึงพอใจในระดับที่ต่ำกว่าการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจซึ่งอยู่ใน Quadrants B 5 อันดับสุดท้าย และควรต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วน คือด้านมีที่จอดรถสะดวก ด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ด้านมีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น ด้านการให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ และด้านการมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล

Independent Study Title	Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Damnoensaduak Coffee Café, Chiang Mai Province
Author	Mr. Korakot Phonphanumas
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Advisor	Associate Professor Dr. Chirawan Chaisuwan

ABSTRACT

This independent study aimed to explore customer satisfaction towards services marketing mix of Damnoensaduak Coffee Café, Chiang Mai Province. Data collection was compiled from the distribution of 300 questionnaires to customers of Damnoensaduak Coffee Café, Chiang Mai Province. The given data were then analyzed by applying descriptive statistics composing of frequency, percentage, and mean.

The results were found that most respondents were male, aged between 16-24 years old, graduated with Bachelor's Degrees. They were students and monthly income was among 5,001 – 10,000 baht. The faculty of Engineering branch was the most frequent visit they applied the service more than 3 times per month. They paid less than 100 baht per time and mostly drank coffee. They spent time in coffee shop during 12.01-3.00 PM on weekday. Their friend or colleagues were who invited them to drink and eat at the coffee shop. They knew the coffee shop from their friend & they applied the coffee shop service for meeting.

According to the study, the customer had satisfaction level towards services marketing mix of Damnoensaduak Coffee Café, Chiang Mai Province with total mean in high level and the mean of factors were respectively as follows.

In term of people factor, the staff charged the bill correctly. In term of process factor, it was not complicated on order process. In term of physical evidence factor, the coffee shop was decorated beautifully, modernly and friendly. In term of product factor, the container and package were clean. In

term of price factor, there were the menu with obviously and reasonably price. In term of promotion factor was the overall of service by the staff.

The 5 sub-factor of services marketing mix which were given importance and had been serviced with high satisfaction within Quadrants B were as follows; the staff was taken bill correctly, clean container and package, Beautiful, modern and friendly decoration, and willingness of service staff.

The 5 factors of services marketing mix which were given importance but had satisfaction in lower level than the satisfaction in service within Quadrants B as follows. The major issue that need to be resolved urgently were the parking space, the advertisement on other media such as internet, the signature coffee availability, the discount offering on special occasion and the point collect card for the gift.