

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟอเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟอเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด และปัญหาของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟอเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าของร้านกาแฟอเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำนวน 400 คน จากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของร้านกาแฟอเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มร้านกาแฟ อเมซอนในสถานบริการน้ำมัน ของบริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน ช่วงเวลาเช้า (6.30 - 10.00 น.) รูปแบบบริโภคกาแฟหรือเครื่องดื่ม นั่งบริโภคที่ร้านกาแฟ อเมซอน เครื่องดื่มที่นิยมในร้านกาแฟ อเมซอน กาแฟสดรูปแบบต่างๆ เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน ตั้งใจมาแวะเติมน้ำมัน/7-Eleven/Café Amazon ค่าใช้จ่ายในการบริโภคร้านกาแฟ อเมซอน ต่อครั้ง ไม่เกิน 100 บาท ช่องทางการรู้จักร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด เห็นป้ายร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด และ จะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ใน
สถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด**

ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด ของระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	กาแฟ เมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย	ด้านผลิตภัณฑ์	4.48	มาก
2	ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาดสวยงามและมีเอกลักษณ์	ด้านผลิตภัณฑ์	4.47	มาก
2	รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.47	มาก
3	กาแฟเมซอนมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี	ด้านผลิตภัณฑ์	4.43	มาก
4	ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟและเครื่องดื่ม	ด้านราคา	4.41	มาก

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด ของระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสม การตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยู่ลเซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
5	การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อ เครื่องดื่ม	ด้านการส่งเสริม การตลาด	4.34	มาก
6	มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.33	มาก
7	ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจาก ด้านนอก	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	4.31	มาก
8	มีการติดป้ายบอกราคาชัดเจน	ด้านราคา	4.30	มาก
9	พนักงานมีความกระตือรือร้น และ เต็มใจในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	4.29	มาก
10	มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย จากกาแฟ เมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ดูนิง โขลกทองรวม 12 ล้าน	ด้านการส่งเสริม การตลาด	4.28	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาด บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ กาแฟ เมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมี สัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย ลำดับถัดมา คือ ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมีเอกลักษณ์ และรสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ เท่ากัน และ กาแฟเมซอนมี การคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ และส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.91	มากที่สุด
1	พนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	4.91	มากที่สุด
2	ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.90	มากที่สุด
3	รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.89	มากที่สุด
3	การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดีและสวยงาม	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.89	มากที่สุด

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4	พนักงานสามารถตอบข้อซักถามให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบได้	ด้านบุคลากร	4.85	มากที่สุด
5	การตกแต่งหน้าร้านสวยงามทันสมัย มีน้ำตก สวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.78	มากที่สุด
6	ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาดสวยงามและมีเอกลักษณ์	ด้านผลิตภัณฑ์	4.77	มากที่สุด
7	ความสะอาดของร้าน	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.76	มากที่สุด
8	การต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.75	มากที่สุด
8	ขั้นตอนการชำระเงินมีความถูกต้องรวดเร็ว	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.75	มากที่สุด
8	เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.75	มากที่สุด
9	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.74	มากที่สุด

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
9	การให้บริการที่เป็นมาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง	ด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.74	มากที่สุด
9	รูปกาแฟและเครื่องดื่ม ในเมนูมี ความสวยงามน่ารับประทาน	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	4.74	มากที่สุด
10	พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกายเหมาะสม	ด้านบุคลากร	4.73	มากที่สุด
10	ความสะอาดของอุปกรณ์ชงกาแฟ โต้ะ แก้ว ถังของตกแต่งภายใน และบริเวณรอบๆ ร้าน	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	4.73	มากที่สุด

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสม การตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจาก ด้านนอก และพนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ เท่ากัน ลำดับถัดมา คือ ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม และ รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ และการตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดีและสวยงาม เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	มีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.27	ปานกลาง
2	มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่นแก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52	มาก
3	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.59	มาก
4	มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากคาเฟ่ เมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60	มาก
5	การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.69	มาก
6	ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก	ด้านผลิตภัณฑ์	3.87	มาก

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
7	พนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟ และสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถ แนะนำลูกค้าในการเลือกดื่มกาแฟ และเครื่องดื่มต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้	ด้านบุคลากร	4.34	มาก
8	การสั่งซื้อ และรับสินค้า/บริการ ที่ ถูกต้อง รวดเร็ว	ด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.37	มาก
9	ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่	ด้านราคา	4.50	มากที่สุด
10	มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์	ด้านราคา	4.52	มากที่สุด
10	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	ด้านราคา	4.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสม การตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 3 ลำดับแรก คือ มีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ ลำดับถัดมา คือ มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขาย ช่วยอุดหนุนเท่านั้นและ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

ปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ โดยเฉพาะช่วงเทศกาล หรือวันหยุดยาว รองลงมาคือ ควรเพิ่มส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำ เช่น แสดงบัตร PTT Blue Card ลด 10% เป็นต้น และควรจัดหาที่จอดรถให้เพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis: IPA)

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยล์เซอร์วิส จำกัด

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	ด้านผลิตภัณฑ์	ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก	4.25 (มาก)	3.87 (มาก)	A
2	ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟอเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน	4.28 (มาก)	3.60 (มาก)	A
3	ด้านการส่งเสริมการตลาด	การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตรแลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม	4.34 (มาก)	3.69 (มาก)	A

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูง แต่ลูกค้าไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ ได้แก่ ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟ อเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ถู้นซิงโครทงรวม 12 ล้าน และการจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	ด้านผลิตภัณฑ์	กาแฟอเมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย	4.48 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	B
2	ด้านผลิตภัณฑ์	ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมีเอกลักษณ์	4.47 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	B
3	ด้านผลิตภัณฑ์	รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ	4.47 (มาก)	4.89 (มากที่สุด)	B
4	ด้านผลิตภัณฑ์	กาแฟอเมซอนมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี	4.43 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	B
5	ด้านผลิตภัณฑ์	มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน	4.33 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	B

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ต่อส่วนประสบการณ์ตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
6	ด้านราคา	ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟ และเครื่องดื่ม	4.41 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	B
7	ด้านราคา	ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่	4.19 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	B
8	ด้านราคา	มีการคิดป้ายบอกราคาชัดเจน	4.30 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	B
9	ด้านราคา	มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์	4.21 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	B
10	ด้านราคา	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	4.22 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	B
11	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก	4.31 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	B
12	ด้านบุคลากร	พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ	4.29 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	B
13	ด้านกระบวนการให้บริการ	การต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี	4.20 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	B

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ซึ่งองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูง และลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ ได้แก่ กาแฟ เมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมี

เอกลักษณ์ รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ กาแฟอเมซอนมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟ และเครื่องดื่ม ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่ มีการติดป้ายบอกราคาชัดเจน มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ และการต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี ตามลำดับ

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ต่อส่วนประกอบการตลาดบริการของร้านกาแฟอเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิสเซอ จำกัด

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต	4.10 (มาก)	3.59 (มาก)	C
2	ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น	4.17 (มาก)	3.52 (มาก)	C

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ต่อส่วนประสบการณ์ตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับความ สำคัญ	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
3	ด้านบุคลากร	พนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟและสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าในการเลือกคั่วกาแฟ และเครื่องคั่วต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้	4.13 (มาก)	4.34 (มาก)	C
4	ด้านกระบวนการให้บริการ	การสั่งซื้อ และรับสินค้า/บริการ ที่ถูกต้อง รวดเร็ว	4.00 (มาก)	4.37 (มาก)	C
5	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ	4.13 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	C

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ซึ่งองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่ำ และลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่ไม่น่าพอใจ ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โทรทัศน์ วิทยุ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยอุดหนุนเท่านั้น พนักงานชงกาแฟ (Barista) มีความรู้และความเข้าใจด้านกาแฟและสูตรการชงต่างๆ โดยสามารถแนะนำลูกค้าในการเลือกคั่วกาแฟ และเครื่องคั่วต่างๆ ภายในร้าน รวมถึงเมนูใหม่ตามฤดูกาลได้ การสั่งซื้อ และรับสินค้า/บริการ ที่ถูกต้อง รวดเร็ว และมีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุปปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ต่อส่วนประสบการณ์ตลาดบริการของร้านกาแฟ
เมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้อยล์เซอร์วิส จำกัด

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับความ สำคัญ	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อ การเดินทาง	4.17 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D
2	ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	การตกแต่งภายในร้านมี บรรยากาศดี และ สวยงาม	4.15 (มาก)	4.89 (มากที่สุด)	D
3	ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ความสะอาดของร้าน	4.17 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	D
4	ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ระยะเวลาการเปิด-ปิด ให้บริการ มีความ เหมาะสม	4.01 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	D
5	ด้านบุคลากร	พนักงานสามารถตอบ ข้อซักถาม ให้ข้อมูลใน สิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ ได้	4.13 (มาก)	4.85 (มากที่สุด)	D
6	ด้านบุคลากร	พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกาย เหมาะสม	4.14 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D
7	ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	การแนะนำเกี่ยวกับ เครื่องดื่ม และเบเกอรี่ ภายในร้าน	3.93 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	D
8	ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ขั้นตอนการชำระเงินมี ความถูกต้อง รวดเร็ว	4.16 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	D

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุปปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ต่อส่วนประสบการณ์ตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
9	ด้านกระบวนการให้บริการ	การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	4.00 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D
10	ด้านกระบวนการให้บริการ	การให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน	3.96 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	D
11	ด้านกระบวนการให้บริการ	มีบริการจัดส่งกาแฟ/เครื่องดื่ม นอกสถานที่	3.80 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	D
12	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจน	4.02 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	D
13	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	การตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตกสวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย	4.14 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	D
14	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของอุปกรณ์ชงกาแฟ โຕ้ะ เก้าอี้ สิ่งของตกแต่งภายในและบริเวณรอบๆ ร้าน	4.12 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	D

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุปปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ต่อส่วนประสบการณ์ตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
15	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีหนังสือพิมพ์ นิตยสารไว้บริการลูกค้า	3.64 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	D
16	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี	3.88 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	D
17	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย	4.02 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	D
18	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รูปกาแฟและเครื่องดื่มในเมนูมีความสวยงามน่ารับประทาน	4.00 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	D

จากตารางที่ 5.7 พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ซึ่งองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่ำ และลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ ได้แก่ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดี และสวยงาม ความสะอาดของร้าน ระยะเวลาการเปิด-ปิดให้บริการ มีความเหมาะสม พนักงานสามารถตอบข้อซักถาม ให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบได้ พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ และแต่งกายเหมาะสม การแนะนำเกี่ยวกับเครื่องดื่ม และเบเกอรี่ภายในร้าน ขั้นตอนการชำระเงินมีความถูกต้อง รวดเร็ว การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง การ

ให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน มีบริการจัดส่งกาแฟ/เครื่องดื่ม นอกสถานที่ ป้ายหน้าร้าน สวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน การตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตก สวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย ความสะอาดของอุปกรณ์ชงกาแฟ โต๊ะ เก้าอี้ สิ่งของตกแต่งภายใน และบริเวณรอบๆ ร้าน มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า มีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย และรูปกาแฟและเครื่องดื่ม ในเมนูมีความสวยงามน่ารับประทาน ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยสามารถนำผลที่ได้ไปอภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านกาแฟวาวิ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารเบเกอรี่แคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านกาแฟ แฮปปี้ฮัท ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา สิงคะตา (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟฟาง ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ ซึ่งสอดคล้องกับผล

การศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในรสชาติของกาแฟ มากเป็นอันดับแรก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในรสชาติของกาแฟ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในรสชาติของกาแฟ มากเป็นอันดับแรก แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา ลิงคะตา (2555) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านความสดใหม่ของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีการติดป้ายบอกราคาชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มากเป็นอันดับแรก และ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในราคาของกาแฟ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา ลิงคะตา (2555) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านราคาของกาแฟและเครื่องดื่มที่ถูกกว่าร้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในที่ตั้งร้านที่หาง่าย มากเป็นอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการมีสาขาให้บริการอย่างเพียงพอ สะดวกในการเลือกบริโภค มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระยะทางระหว่างร้านกับที่ทำงาน มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา ลิงคะตา (2555) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ การจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนน

ที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการบริการของ พนักงานขายโดยรวม มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อูสนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ มากเป็น อันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มากเป็นอันดับแรก แต่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสสา ลิงคะตา (2555) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านการจัดการรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามมี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ ซึ่งไม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความ พึงพอใจในมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของ อูสนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการที่ พนักงานแต่งกายเหมาะสม มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในอธยาศัยของพนักงานขาย มากเป็น อันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสสา ลิงคะตา (2555) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านพนักงานให้บริการลูกค้าทุก รายอย่างเสมอภาค

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ การต้อนรับลูกค้าด้วยอธยาศัยที่ดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ความพึงพอใจในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกต้อง ครบถ้วน มากเป็นอันดับแรก และไม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อูสนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึง พื่อใจในระบบการทำงานที่มีความเป็นมาตรฐาน มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา ของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความรวดเร็วใน การคำนวณค่าใช้จ่าย มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสสา ลิงคะตา (2555) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้าน ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสมด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือการตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตก สวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบายซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เบ็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะดวกของสถานประกอบการ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะดวกของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบรรยากาศของร้านกาแฟ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาณิสรา ลิงคะตา (2555) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านเทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ ที่มีความทันสมัย

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

5.3.2 ข้อค้นพบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

5.3.3 ข้อค้นพบการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance

Analysis: IPA)

เมื่อวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยใน Quadrant A เป็นสิ่งที่ทางร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน โดยปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก มีการจัดการส่งเสริมการขาย จากคาเฟ่ เมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน และการจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ในขณะที่ ปัจจัยย่อยใน Quadrant B เป็นสิ่งที่ทางร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ต้องรักษาไว้ โดยปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ได้แก่ กาแฟ เมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมีเอกลักษณ์ รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ กาแฟ เมซอนมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟ และเครื่องดื่ม ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่ มีการคิดป้ายบอกราคาชัดเจน มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ และการต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี ตามลำดับ

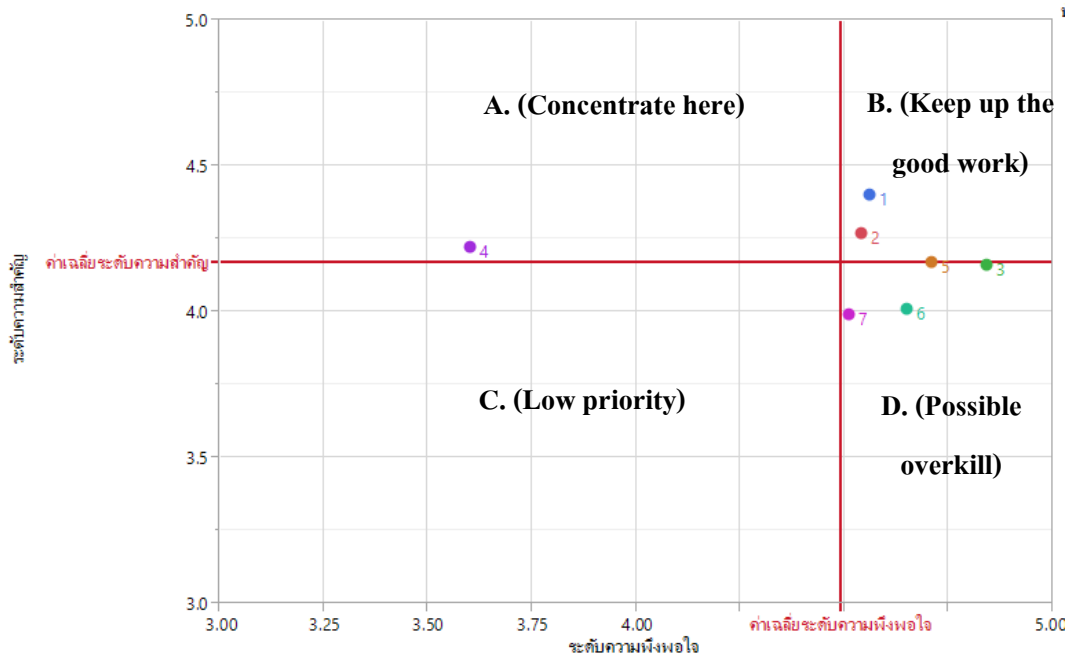
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.8 แสดงสรุปปัจจัย IPA Quadrant ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน
ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ		IPA Quadrants
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
P1: ด้านผลิตภัณฑ์	4.40	มาก	4.56	มากที่สุด	B
P2: ด้านราคา	4.27	มาก	4.54	มากที่สุด	B
P3: ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.16	มาก	4.84	มากที่สุด	D
P4: ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.22	มาก	3.60	มาก	A
P5 : ด้านบุคลากร	4.17	มาก	4.71	มากที่สุด	B
P6 : ด้านกระบวนการให้บริการ	4.01	มาก	4.65	มากที่สุด	D
P7: ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.99	มาก	4.51	มากที่สุด	D
ค่าเฉลี่ย	4.17		4.49		

สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจนั้น นำค่าที่ได้มาบันทึกลงในกราฟของ Martilla, J.A.and J.C. (1977): Importance-Performance Analysis โดยมีจุดตัดแกน X คือ 4.49 และจุดตัดแกน Y คือ 4.17 เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้านี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 5.1 แสดงการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์ เซอร์วิส จำกัด

จากภาพที่ 5.1 พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ใน Quadrant A ซึ่งด้านดังกล่าวมีคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ : ด้านบุคลากร อยู่ใน Quadrant B กล่าวได้ว่า ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ใน Quadrant D ทางผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น

หมายเหตุ: สำหรับกราฟที่แสดงปัจจัยย่อยแต่ละข้อของการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจที่ตกอยู่ในแต่ละ Quadrant นั้น ได้แสดงไว้ในภาพที่ 4.1 หน้า 123

ตารางที่ 5.9 แสดงสรุปปัจจัยย่อย IPA Quadrant ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามเพศ

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	IPA Quadrants	
			ชาย	หญิง
1	ด้านราคา	มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์	A	B
2	ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน	C	A
3	ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้วAmazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น	C	A

จากตารางที่ 5.9 แสดงสรุปปัจจัยย่อย IPA Quadrant ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยย่อยใน Quadrant A เป็นสิ่งที่ทางร้านกาแฟเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน โดยสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ปัจจัยย่อยดังกล่าว ได้แก่ การมีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ปัจจัยย่อยดังกล่าว ได้แก่ การจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน และการมีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้วAmazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.10 แสดงสรุปปัจจัยย่อย IPA Quadrant ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามอายุ

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	IPA Quadrants		
			ต่ำกว่า 30 ปี	31 – 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
1	ด้านผลิตภัณฑ์	มีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน	A	B	B
2	ด้านราคา	มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์	B	A	A
3	ด้านราคา	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	B	A	A
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น	A	A	C
5	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ	A	C	C

จากตารางที่ 5.10 แสดงสรุปปัจจัยย่อย IPA Quadrant ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามอายุ พบว่าปัจจัยย่อยใน Quadrant A เป็นสิ่งที่ทางร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน โดยสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุต่ำกว่า 30 ปี ปัจจัยย่อยดังกล่าว ได้แก่ การมีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่ การมีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น และมีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 31 – 40 ปี ปัจจัยย่อยดังกล่าว ได้แก่ การมีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ การมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม และการมีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่นแก้วAmazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 40 ปี ขึ้นไป ปัจจัยย่อยดังกล่าว ได้แก่ การมีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ และการมีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุง ส่วนประสมการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการ น้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ควรปรับปรุง ปัจจัยย่อยด้านชนิดเครื่องดื่ม มีหลากหลายชนิดให้เลือก อย่างเร่งด่วน เนื่องจากเมื่อวิเคราะห์ด้วย เทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrant A โดยทางร้าน อาจจะออกเมนูเครื่องดื่มใหม่ ประจำเดือน หากพบว่า เมนูเครื่องดื่มใหม่ดังกล่าวเป็นที่นิยม ทางร้านควรเพิ่มเป็นเมนูประจำ เพื่อให้ เกิดความหลากหลายของเมนูเครื่องดื่มของทางร้าน ในขณะที่ ปัจจัยย่อยใน Quadrant B เป็นสิ่งที่ทาง ร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ต้องรักษาไว้ โดย ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ได้แก่ กาแฟ เมซอนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีสัญลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าของร้านที่จำได้ง่าย ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สวยงามและมีเอกลักษณ์ รสชาติ ความหอม และความสดของกาแฟ กาแฟเมซอนมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพดี และมีเบเกอรี่ ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน

อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัย ย่อยด้านการมีเบเกอรี่ที่อร่อย สะอาด สดใหม่ จำหน่ายในร้าน อยู่ใน Quadrant A สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มี อายุต่ำกว่า 30 ปี ดังนั้น หากทางร้านต้องการเจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ ควรเน้นผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มากขึ้น และควรให้พนักงานหมั่นตรวจสอบวันหมดอายุของเบเกอรี่ ทุกเช้าก่อนเริ่มทำงาน และควรแจ้งให้ ลูกค้าทราบว่า ทางร้านมีนโยบายการเก็บเบเกอรี่ไว้จำหน่าย ไม่เกิน 3 วัน สำหรับเบเกอรี่ ประเภทขนม เค้ก และขนมปัง เพื่อให้เบเกอรี่ของทางร้าน คงความสด ใหม่ ตลอดเวลา อีกด้วย

ปัจจัยด้านราคา

ร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ควรรักษา ปัจจัยย่อยด้าน ความเหมาะสมด้านราคาของกาแฟ และเครื่องดื่ม ความเหมาะสมด้านราคาของเบเกอรี่ มีการติดป้ายบอกราคาชัดเจน มีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ และมีราคาตามส่วนผสม ของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เนื่องจากเมื่อวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrant B ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงและลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึง

พอใจด้วย ดังนั้น ทางร้าน อาจจะทำประเด็นดังกล่าวแจ้งให้ทางสำนักงานใหญ่ของคาเฟ่เมซอน ได้รับทราบ เพื่อรักษาระดับราคาให้มีความเหมาะสมต่อไปด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA โดยจำแนกตามเพศ และจำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการมีหลายราคาให้เลือกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ อยู่ใน Quadrant A สำหรับกลุ่มลูกค้าเพศชาย และ กลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ดังนั้น ทางร้านควรทำข้อเสนอให้ทางสำนักงานใหญ่พิจารณา เรื่องการเพิ่มขนาดของแก้ว เช่น เครื่องดื่มเย็น เดิมมีเพียง ขนาดแก้ว 22 ออนซ์ ไซส์เดียว โดยควรเพิ่มขึ้นอีก 2 ไซส์ คือ ขนาดแก้ว 16 ออนซ์ (เล็ก) และ ขนาดแก้ว 24 ออนซ์ (ใหญ่พิเศษ) เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกของขนาดที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยในด้านที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง การตกแต่งภายในร้านมีบรรยากาศดี และสวยงาม ความสะอาดของร้าน และระยะเวลาการเปิด-ปิด ให้บริการ มีความเหมาะสม อยู่ใน Quadrant D แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวต่ำ แต่ลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้น ร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานีสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ควรพิจารณาคัดสรรทรัพยากรที่จัดสรรในการปรับปรุงปัจจัยย่อยในด้านนี้ เพื่อนำไปปรับปรุงปัจจัยย่อยอื่นที่ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก อย่างไรก็ตาม ทางร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานีสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ควรรักษาปัจจัยด้านที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอกไว้ และทางร้านอาจจะพิจารณาเพิ่มช่องทางใหม่ในการเข้าถึงข้อมูลร้าน และสื่อสารกับลูกค้า ผ่านทางเว็บไซต์และสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ต่างๆ ให้มากขึ้น เพื่ออัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับกาแฟ เครื่องดื่มสูตรใหม่ๆ หรือโปรโมชั่นต่างๆ รวมถึงสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าได้รับทราบ อีกด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานีสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ควรปรับปรุงปัจจัยย่อยด้านการจัดรายการส่งเสริมการขายจากคาเฟ่ เมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน และการจัดทำบัตรสมาชิก PTT Blue Card เพื่อใช้คะแนนที่สะสมในบัตร แลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องดื่ม อย่างเร่งด่วนเนื่องจากเมื่อวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrant A โดยทางร้านควรทำเรื่องเสนอทางคาเฟ่ เมซอนสำนักงานใหญ่ ควรให้มีการจัด โปรโมชั่นมากขึ้น เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูง แต่ลูกค้าไม่ได้รับการตอบสนองในระดับที่น่าพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA ยังพบว่า ปัจจัยย่อยในด้านการมีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer

Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญต่ำ และคุณภาพในการบริการอยู่ในระดับที่ไม่น่าพึงพอใจด้วย ทางร้านอาจจะทำการปรับปรุงปัจจัยย่อยด้านนี้ในอนาคต โดยทางร้านควรเร่งปรับปรุงปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ก่อนเป็นลำดับแรก

อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA โดยจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดรายการส่งเสริมการขายจากกาแฟ อเมซอนสำนักงานใหญ่ เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 50 บาท ลุ้นชิงโชคทองรวม 12 ล้าน อยู่ใน Quadrant A สำหรับกลุ่มลูกค้าเพศหญิง ดังนั้น ทางร้านต้องการเพิ่มยอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้น ควรให้มีการจัดโปรโมชั่น อาทิเช่น โปรโมชั่นสะสมแต้ม ซื้อครบ 10 แก้วรับฟรี 1 แก้ว หรือ สะสมแต้มไว้เพื่อใช้แลกสินค้าในร้าน เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น หากจำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการมีสินค้า Premium ที่เป็น Limited Edition เช่น แก้ว Amazon Summer Splash ที่มีขายช่วยฤดูร้อนเท่านั้น อยู่ใน Quadrant A สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี ดังนั้น ทางร้านควรเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ และ อาจจะเก็บสินค้าในคอลเลกชันพิเศษ ให้แก่ลูกค้าประจำที่อยู่ในกลุ่มอายุดังกล่าวไว้ข้างต้น อีกด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร

ร้านกาแฟอเมซอน ในสถานีสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ควรรักษาปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ เนื่องจากเมื่อวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrant B ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูง และลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ โดยทางร้านกาแฟอเมซอน ในสถานีสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ควรให้ความสำคัญกับเรื่องที่มีจิตใจในการให้บริการที่ดี หรือ Service Mind เพื่อพนักงานมีปฏิสัมพันธ์ อธิษาศัยที่ดีต่อลูกค้า และการสร้างความประทับใจ โดยการพัฒนาบุคลากรของร้าน จะเน้นให้สามารถทำงานเป็นทีม (Teamwork) ได้อย่างมีประสิทธิภาพนอกจากนี้ควรมีการสร้างหรือกระตุ้นแรงจูงใจให้เกิดความมุ่งมั่นในการทำงานมากขึ้น โดยอาจใช้การกระตุ้นจากการจัดกิจกรรมภายในองค์กร เช่น รางวัลพนักงานดีเด่นประจำเดือน รวมถึงการให้เงินโบนัสเพิ่มขึ้น ในอนาคตด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านกาแฟอเมซอน ในสถานีสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ควรรักษาปัจจัยย่อยด้าน การต้อนรับลูกค้าด้วยอธิษาศัยที่ดี เนื่องจากเมื่อวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrant B ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงและลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้น ทางร้านควรเน้นย้ำกับพนักงานในเรื่องดังกล่าว และ ควรกำหนดมาตรฐานหรือพิมพ์เขียวในการให้บริการ ตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาในร้าน การสั่งเครื่องดื่มต้องมีการทวน

รายการทุกครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าได้สั่งเครื่องดื่มได้อย่างครบถ้วนแล้ว ตลอดจนส่งลูกค้าออกจากร้าน ด้วย

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันของ บริษัท แม่โจ้ออยล์เซอร์วิส จำกัด ควรปรับปรุงปัจจัยย่อยด้านการมีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrant A โดยทางร้านควร ขยายพื้นที่ส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศเพิ่มให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า ที่มีจะนั่งรับประทานที่ร้านมากขึ้น

นอกจากนั้น ทางร้านควรลดทรัพยากรในปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งหน้าร้านสวยงาม ทันสมัย มีน้ำตก สวนหย่อม และมีที่นั่งที่เป็นส่วนตัว สะดวกสบาย ความสะอาดของอุปกรณ์ชงกาแฟ โต๊ะเก้าอี้ สิ่งของตกแต่งภายใน และบริเวณรอบๆ ร้าน ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน และการมีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrant D ด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการมีพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศ อยู่ใน Quadrant A สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ดังนั้น หากทางร้านต้องการดึงกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้น ทางร้านควรขยายพื้นที่ในส่วนที่มีเครื่องปรับอากาศให้กว้างขึ้น เช่น จากเดิมขนาดพื้นที่ห้องปรับอากาศ 20 ตร.ม. เพิ่มเป็น 40 ตร.ม. เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มนี้อีกด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved