บทคัดย่อ

เรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการ: กรณีศึกษาร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ผู้วิจัย : รัฐภูมิ หงส์รพิพัฒน์

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ธรรมวิมล สุขเสริม

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, เครื่องดื่ม, กาแฟ, ร้านคาเฟ่ อเมซอน

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ โดยศึกษาจากลักษณะของประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ใช้วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้เกิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนที่เคยใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ (t-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA หรือ F-test) และการวิเคราะห์การถดถอย (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 28-32 ปี มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนด้านสถานที่ให้บริการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจ พบว่า การบอกต่อมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนการซื้อซ้ำมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชธานี

ABSTRACT

TITLE : FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION ON SERVICES: A CASE STUDY OF CAFÉ AMAZON WIN POWER BRANCH, MEUANG DISTRICT, SI SA KET PROVINCE
AUTHOR : RATTHAPHUM HONGRAPIPAT
DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
ADVISOR : THUMWIMON SUKSERM, Ph.D.
KEYWORDS : SATISFACTION, BEVERAGE, COFFEE, CAFÉ AMAZON

The purpose of this study was to study customer satisfaction in using the service of Cafe Amazon, Win Power Branch, Mueang District, Si Sa Ket Province based on demographic characteristics and the service marketing mix (7Ps). It analyzed customer satisfaction for creating a competitive advantage efficiently and appropriately. This was a quantitative study with a sample of 400 people who used to shop at the Win Power Branch of Café Amazon. The statistics used in the analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA (F-test), and multiple regression analysis.

The results of the study revealed that most of the respondents were female, aged between 28-32 years old, working in government service or were state enterprise employees with an average monthly income of less than 10,000 baht. As for the opinion level of the service marketing mix, it was found that personal factors had the highest mean, while the physical property had the lowest mean. In terms of satisfaction, it found that word of mouth was at the highest mean, but repeat purchases had the lowest mean. Hypothesis testing showed that different genders, ages, occupations and average monthly incomes affected customer satisfaction in using the service of the Win Power Branch of Café Amazon, were significantly different with a statistical significance at the 0.05 level. In addition, the service marketing mix variables such as the product, physical appearance, and services affected customer satisfaction in shopping at the Win Power Branch of Café Amazon, statistically significant at 0.05. Price, place, marketing promotion, and people did not affect customer satisfaction for shopping at the Win Power Branch of Café Amazon..

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี