

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ และ ปัญหาของลูกค้าในการใช้บริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการ จากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 15,001 – 20,000 บาท มาใช้บริการร้านกาแฟ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ วันที่มาใช้บริการ วันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. ลักษณะการใช้บริการ ดื่ม/รับประทานที่ร้าน และซื้อกลับบ้านด้วย ระยะเวลาการใช้บริการ ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านกาแฟ ตัวเอง มาใช้บริการที่ร้านกาแฟในแต่ละครั้ง 2-3 คน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท โอกาสในการมาใช้บริการร้านกาแฟ เพื่อพบปะสังสรรค์ แหล่งข้อมูลในการรู้จักร้านกาแฟ รู้จักด้วยตัวเอง/เจ้าหน้าที่ร้านเอง ชนิดของเครื่องดื่มที่ซื้อ กาแฟผสมนม เช่น ลาเต้ คาปูชิโน แมคเคียโต เป็นต้น เหตุผลที่เลือกใช้บริการของร้านกาแฟ เพราะรสชาติของกาแฟ

สาขาโชคนา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 15,001 – 20,000 บาท มาใช้บริการร้านกาแฟ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ วันที่มาใช้บริการ วันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. ลักษณะการใช้บริการ ดื่ม/รับประทานที่ร้าน และซื้อกลับบ้านด้วย ระยะเวลาการใช้บริการ ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านกาแฟ ตัวเอง มาใช้บริการที่ร้านกาแฟในแต่ละครั้ง 2-3 คน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท โอกาสในการมาใช้บริการร้านกาแฟ เพื่อพบปะสังสรรค์

แหล่งข้อมูลในการรู้จักร้านกาแฟ รู้จักด้วยตัวเอง/เจ้าหน้าที่ร้านเอง ชนิดของเครื่องดื่มที่ซื้อ กาแฟผสมนม เช่น ลาเต้ คาปูชิโน แมคเคียโต เป็นต้น เหตุผลที่เลือกใช้บริการของร้านกาแฟ เพราะรสชาติของกาแฟ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 15,001 – 20,000 บาท มาใช้บริการร้านกาแฟ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ วันที่มาใช้บริการวันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. ลักษณะการใช้บริการ ดื่ม/รับประทานที่ร้าน และซื้อกลับบ้านด้วยระยะเวลาการใช้บริการ ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านกาแฟ ตัวเอง มาใช้บริการที่ร้านกาแฟในแต่ละครั้ง 2-3 คน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 100 บาท โอกาสในการมาใช้บริการร้านกาแฟ เพื่อพบปะสังสรรค์ แหล่งข้อมูลในการรู้จักร้านกาแฟ รู้จักด้วยตัวเอง/เจ้าหน้าที่ร้านเอง ชนิดของเครื่องดื่มที่ซื้อ กาแฟผสมนม เช่น ลาเต้ คาปูชิโน แมคเคียโต เป็นต้น เหตุผลที่เลือกใช้บริการของร้านกาแฟ เพราะรสชาติของกาแฟ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสาขา

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ บัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) บัณฑิตด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) บัณฑิตด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) บัณฑิตด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) บัณฑิตด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขาโชตนา สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ บัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) บัณฑิตด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขารวม โขก สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้านรองลงมาคือ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่มและรสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้านรองลงมาคือ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่มและ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

สาขารวม โขก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ดิคป้ายบอกราคาชัดเจนและ มีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ดิคป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น และ มีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

สาขาธรรมโชก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่นรองลงมาคือ ดิคป้ายบอกราคาชัดเจน และ ราคาของขนมถูกกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แซนวิช เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบายรองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) ตามลำดับ

สาขาธรรมโชก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ มีการจัดโต๊ะ และเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ และ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือมีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้นรองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้นและ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาครองลงมาคือ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดีและ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ แคชเชียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่ม และขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ แคมเปญรณรงค์เงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตามลำดับ

สาขารวม โชค ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่ม และขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ แคมเปญรณรงค์เงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน และการมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี รองลงมาคือ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย และความสะอาดภายในร้าน ตามลำดับ

สาขารวม โชค ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟผางในจังหวัดเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สวยงาม รองลงมาคือ ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก และ ทรายห่อของร้านไม่สวยงาม และจดจำยาก ตามลำดับ

สาขาโชตนา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ บรรจุกัณฑ์ไม่สวยงาม รองลงมาคือ ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก และ ทรายี่ห้อของร้านไม่สวยงาม และจดจำยากตามลำดับ

สาขารวมโชค ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ บรรจุกัณฑ์ไม่สวยงาม รองลงมาคือ ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก และ ทรายี่ห้อของร้านไม่สวยงาม และจดจำยากตามลำดับ

ด้านราคา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาของขนมแพงกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แชนวิช เป็นต้น รองลงมาคือ ไม่มีราคาให้เลือกหลายขนาด และราคาของกาแฟแพงกว่าร้านอื่น ตามลำดับ

สาขาโชตนา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาของขนมแพงกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แชนวิช เป็นต้น รองลงมาคือ ไม่มีราคาให้เลือกหลายขนาด และราคาของกาแฟแพงกว่าร้านอื่น ตามลำดับ

สาขารวมโชค ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาของขนมแพงกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แชนวิช เป็นต้น รองลงมาคือ ราคาของกาแฟแพงกว่าร้านอื่น และ ไม่มีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

ด้านสถานที่ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เว็บไซต์หรือ Facebook ของร้านมีข้อมูลไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้ และการจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งไม่เพียงพอ ตามลำดับ

สาขาโชตนา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เว็บไซต์หรือ Facebook ของร้านมีข้อมูลไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้ และสถานที่จอดรถคับแคบ ตามลำดับ

สาขารวมโชค ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้ รองลงมาคือ เว็บไซต์หรือ Facebook ของร้านมีข้อมูลไม่เพียงพอ และ การจัดโต๊ะให้ลูกค้านั่งไม่เพียงพอ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดการลดแลกแจกแถมมีน้อยเกินไป เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีน้อยเกินไป เช่น วิทยุ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น และ ขาดการทำบัตรสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ ตามลำดับ

สาขาโชตนา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีน้อยเกินไป เช่น วิทยุ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น รองลงมาคือ การจัดการลดแลกแจกแถมมีน้อยเกินไป เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น และ ขาดการทำบัตรสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ ตามลำดับ

สาขารวมโชค ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดการลดแลกแจกแถมมีน้อยเกินไป เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีน้อยเกินไป เช่น วิทยุ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น และ ขาดการทำบัตรสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ หรือผิดพลาด รองลงมาคือ พนักงานบุคลิกภาพกายไม่เหมาะสม และ พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

สาขาโชตนา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ หรือผิดพลาด รองลงมาคือ พนักงานบุคลิกภาพกายไม่เหมาะสม และ พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

สาขารวมโชค ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ หรือผิดพลาด รองลงมาคือ พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ และ พนักงานไม่ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า หรือไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ไม่สะดวก รองลงมาคือ การเสิร์ฟกาแฟ เครื่องดื่ม และขนมล่าช้าหรือมีความผิดพลาด และ ขาดการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

สาขาโชตนา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ไม่สะดวก รองลงมาคือ การเสิร์ฟกาแฟ เครื่องดื่ม และขนมล่าช้าหรือมีความผิดพลาด และ ขาดการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

สาขารวมโชค ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ไม่สะดวก รองลงมาคือ การเสิร์ฟกาแฟ เครื่องดื่ม และขนม ค่าเช่าหรือมีความผิดพลาด และ ขาดการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ห้องน้ำไม่สะอาด และไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ป้ายหน้าร้านไม่สวยงาม มองเห็นได้ไม่ชัดเจน และ ร้านมีพื้นที่คับแคบ หรือแออัด ตามลำดับ

สาขาโชตนา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ห้องน้ำไม่สะอาด และไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ป้ายหน้าร้านไม่สวยงาม มองเห็นได้ไม่ชัดเจน และ ร้านมีพื้นที่คับแคบ หรือแออัด ตามลำดับ

สาขารวมโชค ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ห้องน้ำไม่สะอาด และไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ร้านมีพื้นที่คับแคบ หรือแออัด และ ป้ายหน้าร้านไม่สวยงาม มองเห็นได้ไม่ชัดเจน ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม สาขาและเพศ และ สาขาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสาขาและเพศ

จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม และ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน และ กาแฟมีหลายขนาด เช่น ขนาดเล็ก ใหญ่ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและ เครื่องดื่ม และ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน และ มีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน และ มีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน และ มีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น และ มีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน และ มีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ดิถีบายบอกราคาชัดเจน และ ราคาของขนมถูกกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แชนวิช เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ มีการจัดโต๊ะ และเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ และ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ มีการจัดโต๊ะ และเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ และ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

สาขาโชคนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับกาแฟให้ลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น และ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการ

ประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และมีเอกสารวารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับกาแฟให้ลูกค้า ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบริการด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อบริการด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อบริการด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อบริการด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อบริการด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี ตามลำดับ

สาขาธรรม โขก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อบริการด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ บาร์ิสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ การเสิร์ฟกาแฟ เครื่องดื่มและขนมได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ แคชเชียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ การเสิร์ฟกาแฟ เครื่องดื่มและขนมได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ แคชเชียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ)

มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการเสิร์ฟกาแฟ เครื่องดื่มและขนมได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ แคชเชียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ การมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี และ ความสะอาดภายในร้าน ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ การมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี และ ความสะอาดภายในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี รองลงมาคือ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย และ ความสะอาดภายในร้าน ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริม

ต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ และ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง และ สวยงาม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน และ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสาขาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่

จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม และ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน และ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม และ กาแฟมีหลายขนาด เช่น ขนาดเล็ก ใหญ่ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม และ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบังคับด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่ม ถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน และมีราคาให้เลือกตามหลายขนาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน และมีราคาให้เลือกตามหลายขนาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน และมีราคาให้เลือกตามหลายขนาด ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน และมีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบังคับด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น และมีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ดิฉันบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น และ มีราคาให้เลือกหลายขนาด ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ดิฉันบอกราคาชัดเจน และ ราคาของขนมถูกกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แขนวิช เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ดิฉันบอกราคาชัดเจน และ ราคาของขนมถูกกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แขนวิช เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น รองลงมาคือ ดิฉันบอกราคาชัดเจน และ ราคาของขนมถูกกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แขนวิช เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย รองลงมาคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก และ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) ตามลำดับ

สาขาธรรมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ มีการจัดโต๊ะ และเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ และ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ มีการจัดโต๊ะ และเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ และ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.) รองลงมาคือ มีการจัดโต๊ะ และเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งได้อย่างเพียงพอ และการเดินทางมาที่ร้านสะดวกตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น

รองลงมาคือ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น และ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น และ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับกาแฟให้ลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น รองลงมาคือ มีการทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน การปลูกเมล็ดกาแฟเพื่อเสริมสร้างรายได้ เป็นต้น และ มีการให้ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เช่น บัตรส่วนลด เป็นต้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดีตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี และ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น แจ้งลูกค้าทันทีเมื่อรับเงินมาเกิน เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ

เครื่องดื่มนมและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ การเสิร์ฟกาแฟ เครื่องดื่มนมและขนมได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง และ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มนมและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อนตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มนมและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มนมและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ แคมเปญรณรงค์เงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มนมและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มนมและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ แคมเปญรณรงค์เงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน และการมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ และความสะอาดภายในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน และการมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี ตามลำดับ

สาขาโชตนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี รองลงมาคือ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย และ ความสะอาดภายในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี รองลงมาคือ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย และ ความสะอาดภายในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ การมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี และ ความสะอาดภายในร้าน ตามลำดับ

สาขารวมโชค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ และ ความสะอาดภายในร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน และ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทาง การตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เบ็งโต (2547) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อูสนา ศิริเอก (2547) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารเบเกอรี่แคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านกาแฟ แฮปปี้ฮัท ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เบ็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในรสชาติของกาแฟ มากเป็นอันดับแรก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อูสนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะอาดของผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะอาดของกาแฟ มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ ราคาของกาแฟและเครื่องดื่มที่ถูกลงกว่าร้านอื่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เบ็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในราคาของกาแฟ มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดของร้านที่สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เบ็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในที่ตั้งร้านที่หาง่าย มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการมีสาขาให้บริการอย่างเพียงพอ สะดวกในการเลือกบริโภค มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระยะทางระหว่างร้านกับที่ทำงาน มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ การจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสิร์ฟ ฟรี แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เบ็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการบริการของพนักงานขายโดยรวม มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เบ็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี

ความพึงพอใจในมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการที่พนักงานแต่งกายเหมาะสม มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในอธัยาศัยของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนมที่เหมาะสม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องครบถ้วน มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระบบการทำงานที่มีความเป็นมาตรฐาน มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความรวดเร็วในการคำนวณค่าใช้จ่าย มากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ ที่มีความทันสมัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะอาดของสถานประกอบการ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุศนา ศิริเอก (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จเด็จ แสงสร้อย (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบรรยากาศของร้านกาแฟ มากเป็นอันดับแรก

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการให้บริการ มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด น้อยที่สุด

สาขาโชตนา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการให้บริการ มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด น้อยที่สุด

สาขารวมโชค พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการให้บริการ มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา น้อยที่สุด

โดยสามารถสรุป 10 ลำดับระดับความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังตารางที่ 5.1 – 5.9 ซึ่งมีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.67	มากที่สุด
2	พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	ด้านบุคลากร	4.64	มากที่สุด
3	ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่ม และขนม หลังการสั่งซื้อ มีความเหมาะสม	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.64	มากที่สุด
4	บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี	ด้านบุคลากร	4.56	มากที่สุด
5	ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.55	มากที่สุด
6	รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.52	มากที่สุด
7	เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.48	มาก
8	ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.46	มาก
9	พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	4.43	มาก
10	เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ 10.00 น. -20.00 น.	ด้านสถานที่	4.35	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม หลังการสั่งซื้อ มีความเหมาะสม ตามลำดับ

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขาโชตนา

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	ด้านบุคลากร	4.71	มากที่สุด
2	สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	ด้านสถานที่	4.70	มากที่สุด
3	ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.66	มากที่สุด
4	ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.63	มากที่สุด
5	ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม หลังการสั่งซื้อ มีความเหมาะสม	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.63	มากที่สุด
6	พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	4.58	มากที่สุด
7	การมีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.55	มากที่สุด
8	การเดินทางมาที่ร้านสะดวก	ด้านสถานที่	4.54	มากที่สุด
9	บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี	ด้านบุคลากร	4.54	มากที่สุด
10	รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ สาขาโชตนา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย และความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขารวม โขค

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.69	มากที่สุด
2	ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่ม และขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.65	มากที่สุด
3	บาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟ เป็นอย่างดี	ด้านบุคลากร	4.59	มากที่สุด
4	พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค	ด้านบุคลากร	4.57	มากที่สุด
5	รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.52	มากที่สุด
6	ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเครื่องดื่ม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.47	มาก
7	เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (10.00 น. -20.00 น.)	ด้านสถานที่	4.47	มาก
8	เทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีความทันสมัย	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.46	มาก
9	ขั้นตอนการสั่งกาแฟ เครื่องดื่มและขนมไม่ยุ่งยากซับซ้อน	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.44	มาก
10	แคชเชียร์คิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.35	มาก

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ สาขารวม โขค ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน รองลงมาคือ ระยะเวลาที่รอในการรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนม (หลังการสั่งซื้อ) มีความเหมาะสม และบาริสต้ามีความรู้ความชำนาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	พนักงานสามารถแนะนำเครื่องดื่มและขนมได้เป็นอย่างดี	ด้านบุคลากร	2.26	น้อย
2	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.73	ปานกลาง
3	ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.73	ปานกลาง
4	ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	2.77	ปานกลาง
5	พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหา ได้เป็นอย่างดี	ด้านบุคลากร	2.78	ปานกลาง
6	ห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.84	ปานกลาง
7	มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	2.94	ปานกลาง
8	มีการแจกของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบูธตามงานต่างๆ เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.95	ปานกลาง
9	ราคาของส่วนผสมเพิ่มเติม ถูกกว่าร้านอื่น เช่น วิปครีม ไซรัป คาราเมล เป็นต้น	ด้านราคา	2.96	ปานกลาง
10	พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	ด้านบุคลากร	2.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานสามารถแนะนำเครื่องดื่มและขนมได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น และป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขาโชตนา

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	พนักงานสามารถแนะนำเครื่องดื่มและขนมได้เป็นอย่างดี	ด้านบุคลากร	2.24	น้อย
2	ห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.25	น้อย
3	ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	2.69	ปานกลาง
4	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.71	ปานกลาง
5	พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหา ได้เป็นอย่างดี	ด้านบุคลากร	2.83	ปานกลาง
6	มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	2.88	ปานกลาง
7	มีการแจกของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบูธตามงานต่างๆ เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.88	ปานกลาง
8	พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	ด้านบุคลากร	2.98	ปานกลาง
9	ราคาของส่วนผสมเพิ่มเติม ถูกกว่าร้านอื่น เช่น วิปครีม ไซร์ป คาราเมล เป็นต้น	ด้านราคา	2.99	ปานกลาง
10	มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ สาขาโชตนา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานสามารถแนะนำเครื่องดื่มและขนมได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ ห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ และชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขารวม โขค

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	พนักงานสามารถแนะนำเครื่องดื่มและขนมได้เป็นอย่างดี	ด้านบุคลากร	2.27	น้อย
2	ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.29	น้อย
3	พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหา ได้เป็นอย่างดี	ด้านบุคลากร	2.72	ปานกลาง
4	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.75	ปานกลาง
5	ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	2.85	ปานกลาง
6	มีราคาให้เลือกหลายขนาด	ด้านราคา	2.87	ปานกลาง
7	ราคาของส่วนผสมเพิ่มเติม ถูกกว่าร้านอื่น เช่น วิปครีม ไชร์ป คาราเมล เป็นต้น	ด้านราคา	2.94	ปานกลาง
8	มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้	ด้านสถานที่	2.96	ปานกลาง
9	พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	ด้านบุคลากร	2.99	ปานกลาง
10	มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	2.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ สาขารวม โขค ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานสามารถแนะนำเครื่องดื่มและขนมได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจนและพนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหา ได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาสูงสุด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ร้อยละ
1	บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	18.25
2	ห้องน้ำไม่สะอาด และไม่เพียงพอ	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	17.75
3	การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ไม่สะดวก	ด้านกระบวนการให้บริการ	15.50
4	เว็บไซต์หรือ Facebook ของร้านมีข้อมูลไม่เพียงพอ	ด้านสถานที่	14.75
5	พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้หรือผิดพลาด	ด้านบุคลากร	14.75
6	ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	14.50
7	การจัดรายการลดแลกแจกแถมมีน้อยเกินไป เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	14.25
8	ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้	ด้านสถานที่	14.00
9	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีน้อยเกินไป เช่น วิทยุ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	14.00
10	ราคาของขนมแพงกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก ลูกก็๊ แซนวิช เป็นต้น	ด้านราคา	13.75

จากตารางที่ 5.7 พบว่า ปัญหาปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม รองลงมาคือ ห้องน้ำไม่สะอาด และไม่เพียงพอ และการจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ไม่สะดวก ตามลำดับ

ตารางที่ 5.8 แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาสูงสุด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขาโชตนา

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ร้อยละ
1	ห้องน้ำไม่สะอาด และไม่เพียงพอ	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	10.25
2	บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	9.50
3	การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ไม่สะดวก	ด้านกระบวนการให้บริการ	8.50
4	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีน้อยเกินไป เช่น วิทยุ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	7.25
5	ป้ายหน้าร้านไม่สวยงาม มองเห็นได้ไม่ชัดเจน	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	7.25
6	เว็บไซต์หรือ Facebook ของร้านมีข้อมูลไม่เพียงพอ	ด้านสถานที่	7.00
7	การจัดรายการลดแลกแจกแถมมีน้อยเกินไป เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	7.00
8	พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้หรือผิดพลาด	ด้านบุคลากร	7.00
9	ราคาของขนมแพงกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก ลูกก็๊ แซนวิช เป็นต้น	ด้านราคา	6.75
10	ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	6.50

จากตารางที่ 5.8 พบว่า ปัญหาปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ สาขาโชตนา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ห้องน้ำไม่สะอาด และไม่เพียงพอ รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงามและ การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ไม่สะดวก ตามลำดับ

ตารางที่ 5.9 แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาสูงสุด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขารวมโชค

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ร้อยละ
1	บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	8.75
2	ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	8.00
3	ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้	ปัญหาด้านสถานที่	8.00
4	เว็บไซต์หรือ Facebook ของร้านมีข้อมูลไม่เพียงพอ	ปัญหาด้านสถานที่	7.75
5	พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้หรือผิดพลาด	ปัญหาด้านบุคลากร	7.75
6	ห้องน้ำไม่สะอาด และไม่เพียงพอ	ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	7.50
7	การจัดรายการลดแลกแจกแถมมีน้อยเกินไป เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเมล็ดกาแฟ แก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนด เป็นต้น	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	7.25
8	ตราชื่อของร้านไม่สวยงาม และจดจำยาก	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	7.00
9	ราคาของขนมแพงกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แชนวิช เป็นต้น	ปัญหาด้านราคา	7.00
10	การจองโต๊ะล่วงหน้าทำได้ไม่สะดวก	ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	7.00

จากตารางที่ 5.9 พบว่า ปัญหาปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ สาขารวมโชค ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือบรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม รองลงมาคือชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก และ ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้ ตามลำดับ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 2 สาขา มีลักษณะร้านที่แตกต่างกัน คือ สาขาโชตนา เป็นร้านกาแฟในรูปแบบ Shop เปิดภายในห้างสรรพสินค้าที่อัสสัมชัญเปอร์มาร์เก็ต ถนนโชตนา ส่วนสาขารวมโชค เป็นร้านกาแฟในรูปแบบ Stand Alone เปิดที่ถนนเชียงใหม่-แม่ใจ ใกล้ตลาดรวมโชค หน้าหมู่บ้านธนาวัดย์ ดังนั้นควรมีข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันในแต่ละสาขา ดังต่อไปนี้

ร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขาโชตนา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ทางร้านกาแฟ สาขาโชตนา ควรสร้างคุณค่าให้ลูกค้ารับรู้ถึงวัตถุดิบที่ใช้ในร้าน รวมถึงส่วนผสมเพิ่มเติมอื่นๆ เช่น วิปครีม ไซรัป คาราเมล เป็นต้น โดยมีป้ายตั้งโต๊ะ เพื่อบอกถึงวิธีการคัดสรรวัตถุดิบของร้านกาแฟ ที่ใช้วัตถุดิบออร์แกนิก เป็นหลักซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟ และเพื่อให้ลูกค้ามีการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) ไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้นต่อไป ซึ่งจะส่งผลให้ทางร้านกาแฟสามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าในประเด็นดังกล่าวอีกด้วย

ทางร้านกาแฟ สาขาโชตนา ควรปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ เช่น แก้วกาแฟและถุงบรรจุแก้วกาแฟอย่างเร่งด่วน โดยเริ่มจากการเลือกสีพื้นของแก้วกาแฟและปรับการจัดวางโลโก้ของร้านบนแก้วกาแฟใหม่ ให้มีความโดดเด่น ทันสมัย และให้ผู้พบเห็นสามารถทราบได้ทันทีว่าบรรจุภัณฑ์นี้เป็นของร้านกาแฟ ส่วนถุงบรรจุแก้วกาแฟ ควรเปลี่ยนจากถุงพลาสติกธรรมดามาใช้ถุงที่ได้รับ การออกแบบเพื่อใส่แก้วกาแฟโดยเฉพาะ ซึ่งมีลักษณะเป็นหลุมขนาดพอดีกับแก้วกาแฟและมีหูหิ้ว ทำให้สามารถถือแก้วกาแฟไปมาได้ง่าย ไม่ต้องกลัวหก และอาจพิจารณาเปลี่ยนสีของหลอดดูดและซองห่อหลอดดูดให้ดูสวยงามกว่าเดิม และควรเปลี่ยนแก้วกาแฟเป็นแก้วกระดาษเพื่อให้สอดคล้องกับ Concept เรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมของทางร้าน ซึ่งเดิมทางร้านใช้เป็นแก้วพลาสติก

ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องรสชาติของขนม ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยนั้น เนื่องจาก ร้านกาแฟ ฝาง ทั้ง 2 สาขา ยังต้องสั่งขนมจากผู้ผลิตภายนอกเข้ามาขาย ยังไม่มีการคัดเลือกและควบคุมคุณภาพของขนมที่นำมาวางขายมากนัก ทางร้านกาแฟฝาง จึงควรปรับปรุงการคัดเลือกขนมที่นำมาขายให้หลากหลายและพิถีพิถันมากขึ้น โดยคอยสังเกตว่าลูกค้าส่วนใหญ่ชอบทานอะไร ขนมเล็กหรือของว่างแบบไหนที่เหมาะสมกับรสชาติกาแฟของทางร้าน เป็นต้น และในอนาคตอาจพิจารณาผลิตขนมของทางร้านเองเพื่อให้ทางร้านสามารถควบคุมคุณภาพ และรสชาติของขนมให้มีความสม่ำเสมอได้อีกด้วย

นอกจากนั้น ความสดใหม่ของกาแฟที่จำหน่ายในร้านกาแฟฝาง สาขาโชดนา ยังเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ ดังนั้น ทางร้านจึงต้องรักษาจุดเด่นนี้ไว้ และส่งเสริมให้มาเป็นภาพลักษณ์ (Image) ประจำร้านกาแฟฝาง ควรแสดงข้อความหรือบทความที่เกี่ยวกับความเป็นมา และขั้นตอนการผลิตกาแฟของทางร้านบนป้ายตามโต๊ะ โดยเน้นให้เห็นว่ากาแฟของร้านนั้นมีความแตกต่างจากของที่อื่นๆ ที่การคัดสรรเมล็ดที่ดีเยี่ยม ไม่แตกหัก เพื่อให้ได้ความหอมของกลิ่นและรสชาติที่ดี อีกทั้งควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติใหม่ๆ เพื่อให้ได้กาแฟสดประเภทใหม่ เช่น การเติมน้ำผึ้ง หรือน้ำเชื่อมเมเปิล (Maple Syrup) ในคาปูชิโน หรือลาเต้ เพื่อสรรสร้างรสชาติที่แปลกใหม่ รวมถึงการสรรหาอุปกรณ์ในการชงหรือทำเครื่องดื่มประเภทใหม่ๆ ที่เอื้อต่อการผลิต เช่น การสรรหาเครื่องชงกาแฟที่ชงด้วยไอน้ำร้อนได้หลายๆ แก้ว เครื่องชงกาแฟที่แยกกากอัดโนมัตติ หรือคั่วบดอัดโนมัตติ เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา

เนื่องจากในปัจจุบัน ทางร้านกาแฟฝาง ได้สั่งขนมและของว่าง หรือส่วนผสมเพิ่มเติมต่างๆ จากผู้ผลิตภายนอกเกือบทั้งหมด ทำให้ไม่สามารถกำหนดราคาจากต้นทุนการผลิตโดยตรงได้ แต่ต้องบวกกำไรเพิ่มจากราคาที่รับมา ดังนั้น ทางร้านกาแฟฝาง อาจแก้ไขโดยการเลือกซื้อขนมจากผู้ผลิตรายอื่น หรือหันมาผลิตขนมเค้ก คุกกี้ แซนวิช หรือของว่างของทางร้านเอง เพื่อควบคุมต้นทุนและราคาขาย ให้มีราคาต่ำลง หรือ อาจจะใช้การส่งเสริมการขายเพิ่มเติม เช่น การสะสมแต้ม เมื่อซื้อขนมเค้ก คุกกี้ แซนวิช ครบ 10 ชิ้น รับฟรี 1 ชิ้น เป็นต้น เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้า ในประเด็นเรื่องราคาขนมของทางร้านได้อีกด้วย และทางร้านกาแฟฝาง ควรพิจารณา ขนาดของกาแฟ และเครื่องดื่มให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น (เนื่องจากกาแฟเย็น/ปั่นในปัจจุบันมีเพียงขนาดเดียว) เช่น กาแฟเย็น/ปั่น ขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ เพื่อให้มีราคาที่แตกต่างกัน และเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้นอีกด้วย

นอกจากนั้น ปัจจัยย่อยเรื่องราคาของกาแฟและเครื่องดื่มที่ถูกว่าร้านอื่นนั้น ทางร้านกาแฟฝาง สาขาโชตนา ควรเน้นย้ำจุดขายนี้ให้ลูกค้าได้ตระหนัก และส่งสาส์นให้ลูกค้าเห็นว่ากาแฟฝางเป็นกาแฟแบรนด์ไทยของคนไทย จึงมีข้อได้เปรียบในด้านราคา มากกว่ากาแฟแบรนด์ต่างประเทศ เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายลิขสิทธิ์ต่างๆ (License fees) ทำให้สามารถกำหนดราคาให้ต่ำกว่าได้อีกด้วย

ปัจจัยด้านสถานที่

ทางร้านกาแฟฝาง สาขาโชตนา ควรฝึกอบรมพนักงานเรื่องการให้บริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ โดยมีขั้นตอนที่เป็นมาตรฐานและเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และควรนำเสนอการให้บริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ อย่างเป็นทางการ โดยแจ้งขั้นตอนการรับ Order ให้กับพนักงานทุกคนปฏิบัติตาม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น โดยควรแบ่งกระบวนการในการรับ Order ทางโทรศัพท์ ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

● กระบวนการก่อนการสั่งซื้อ

เริ่มต้นตั้งแต่ลูกค้าโทรเข้ามาที่ร้าน พนักงานจะต้องกล่าวสวัสดิทูลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตรทุกครั้งก่อนเริ่มบทสนทนา และหากลูกค้าเป็นลูกค้ารายใหม่ คือไม่ทราบเมนูของทางร้านหรือไม่ทราบว่าควรจะสั่งเครื่องดื่มชนิดใด ทางร้านกาแฟฝาง ควรมีการชี้แจงรายละเอียดของแต่ละเมนู รวมถึงมีการสอบถามข้อมูลลูกค้าเบื้องต้นด้วย เช่น โดยปกติแล้วลูกค้าชอบดื่มกาแฟแบบใด เอสเปรสโซ่ ลาเต้ คาปูชิโน หรือ โกโก้ เป็นต้น และควรมีการชี้แจงเครื่องดื่มกาแฟแต่ละชนิดของทางร้านมีความแตกต่างจากร้านกาแฟอื่นโดยทั่วไปอย่างไร

หลังจากนั้น หากลูกค้าสั่งซื้อเครื่องดื่มหรือผลิตภัณฑ์ของทางร้านแล้ว ควรมีการสรุปค่าใช้จ่ายและตารางนัดหมาย หรือเวลาที่ลูกค้าจะเข้ามาหรือมารับเครื่องดื่ม เพื่อความสะดวกของลูกค้า และง่ายต่อการจัดการของทางร้าน อีกทั้งยังเป็นการรักษาคุณภาพการผลิตกาแฟไว้อีกด้วย โดยจัดทำตารางเวลานัดหมายที่ชัดเจน ระบุชื่อลูกค้าและเบอร์โทรศัพท์ติดต่อเพื่อโทรแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ลูกค้าได้นัดหมายไว้

● กระบวนการหลังการสั่งซื้อ

ภายหลังจากที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว พนักงานมีหน้าที่ผลิตเครื่องดื่มกาแฟตามคำสั่งซื้อ และตามตารางเวลานัดหมาย โดยควรผลิตเครื่องดื่มก่อนที่ลูกค้าจะมารับ ไม่เกิน 5 - 10 นาที ก่อนจะถึงเวลานัดหมาย ในกรณีเป็นเครื่องดื่มเย็น หากผลิตเสร็จก่อน ทางร้านควรแยกกาแฟและน้ำแข็ง พร้อมทั้งแช่กาแฟไว้ในตู้เย็นเพื่อรอลูกค้ามารับเครื่องดื่ม เมื่อลูกค้ามารับเครื่องดื่ม พนักงานต้องกล่าวขอบคุณและเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกด้วย

นอกจากนี้ทางร้านควรติดป้ายพร้อมเบอร์โทรศัพท์ขนาดใหญ่หน้าร้านให้ผู้คนได้ทราบ ว่าทางร้านกาแฟฟาง มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ที่ได้แล้ว เป็นต้น และควรมีการจัดผังของโต๊ะ ที่สาขาโชตนาใหม่ โดยอาจพิจารณาเพิ่มจำนวนโต๊ะและเก้าอี้ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีพื้นที่นั่ง อย่างพอเพียงอีกด้วย

และร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา ควรเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงและสื่อสารกับลูกค้า ทาง เว็บไซต์และสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ต่างๆ ให้มากขึ้น เนื่องจากจากผล การศึกษาพบว่า เว็บไซต์หรือ Facebook ของร้านมีข้อมูลไม่เพียงพอ นั้น แสดงให้เห็นว่าลูกค้าให้ ความสำคัญกับช่องทางบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ร้านกาแฟฟาง จึงต้องจัดทำช่องทางการสื่อสาร นี้อย่างเป็นทางการ และให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เช่น การมี Facebook Fanpage ของทางร้านเอง เพื่อ อัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มสูตรใหม่ๆ หรือโปรโมชั่นต่างๆ หรือสิทธิพิเศษให้กับผู้ติดตาม และ อาจใช้เครื่องมืออื่นๆ เช่น Google Streetview อันเป็น Application ใหม่ล่าสุดที่ช่วยให้ลูกค้า สามารถค้นหาและมองเห็นที่ตั้งของร้านและสภาพแวดล้อมหน้าร้านได้ 360 องศา ได้อีกด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ทางร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา ควรเพิ่มการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสาร และ ป้ายกลางแจ้งให้มากขึ้น โดยปัจจุบันร้านกาแฟฟาง ยังเป็นที่รู้จักของลูกค้าในท้องถิ่นเพียงบางกลุ่ม ร้านกาแฟฟาง ควรพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านให้มากขึ้น และ สร้าง Branding ของร้าน ให้โดดเด่นขึ้นมาใกล้เคียงกับร้านกาแฟคู่แข่งอย่าง ร้านกาแฟวารี ร้าน กาแฟ 94 ร้านกาแฟคอยตุง ร้านกาแฟคอยช้าง เป็นต้น โดยเน้นการสร้างแตกต่าง พร้อม นำเสนอภาพลักษณ์ของร้านที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของกาแฟฟาง และมีประชาสัมพันธ์ความ รับผิดชอบต่อสังคมโดยการปลูกกาแฟเพื่อรักษาป่า ลดการใช้พลาสติกเพื่อลดสภาวะโลกร้อน และ ส่งเสริมการรักษาภูมิปัญญาในท้องถิ่น เป็นต้น และทางร้านกาแฟฟาง ควรพิจารณาเลือกใช้ องค์กรประกอบตราสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและสื่อถึงความเป็นตราสินค้ากาแฟฟางได้ มากขึ้น (อาทิเช่น การใช้รูปแบบการสื่อสารที่เป็นแนวทางหลักเดียวกัน การสร้างเรื่องราวความ เป็นมาของร้านกาแฟฟาง) เนื่องจากองค์ประกอบของตราสินค้า (Brand Elements) ถือเป็นเครื่องมือ ที่จะสื่อสารตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) และคุณค่า (Value) ของตราสินค้า ออกไปสู่กลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้นการเลือกองค์ประกอบตราสินค้า (Brand Elements) ที่เหมาะสม จะทำให้ ลูกค้าเกิดความคุ้นเคย (Familiarity) ในตราสินค้าได้นั้นได้มากกว่าตราสินค้าอื่น

นอกจากนั้น ทางร้านกาแฟสาขาโชตนา ควรรักษาโปรโมชั่นเรื่อง การจัดรายการลด แลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสิร์ฟฟรี แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่ กำหนดต่อไป และทางร้านกาแฟ ควรปรับปรุงเงื่อนไขบางอย่างที่น่าสนใจขึ้น เช่น ซื้อกาแฟ 5 แก้วแถมขนม/ของว่างที่กำหนดไว้ 1 รายการ เป็นต้น และในอนาคตควรเพิ่มการทำบัตรสมาชิกเพื่อ รับสิทธิพิเศษ หรือให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ถือบัตรต่างๆ เช่น ผู้มีบัตรนักศึกษา ได้ลดราคาเครื่องดื่ม 5% หรือผู้ถือบัตรสมาชิกของร้านได้รับส่วนลดเพิ่มเป็น 10% ทุกวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร

ทางร้านกาแฟสาขาโชตนา ควรมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ความรู้ กับพนักงาน และเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาค่าได้ทันเวลาที่ นอกจากนี้ ทางร้านกาแฟสาขา โชตนา ควรมีการพัฒนาบุคลากรในด้านการแนะนำเครื่องดื่มและขนมต่างๆของทางร้าน โดยจัดทำ คู่มืออธิบายความแตกต่างและลักษณะเด่นของเครื่องดื่มแต่ละประเภท กาแฟแต่ละพันธุ์ ให้ลูกค้าได้ ทราบอย่างชัดเจน เนื่องจากที่มาของกาแฟถือเป็นจุดเด่นของร้านกาแฟ ลูกค้าควรได้รับทราบถึง รสชาติ ภาพลักษณ์ และเอกลักษณ์ของกาแฟ ว่าเป็นเครื่องดื่มที่ต้องมีความพิถีพิถันทุกขั้นตอน ทุกขั้นตอนของการผลิตเมล็ดกาแฟแบบออร์แกนิกจนมาถึงกาแฟที่อยู่ในถ้วยนั้นต้องได้รับการดูแล เป็นพิเศษกว่ากาแฟทั่วไปอย่างไร ประกอบกับชื่อเครื่องดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มต่างๆ ของร้านกาแฟ ฝางแตกต่างจากชื่อเครื่องดื่มกาแฟทั่วไปในท้องตลาด ดังนั้นลูกค้าอาจต้องการคำอธิบาย ประกอบการตัดสินใจเพิ่มเติมด้วย และ พนักงานควรสามารถให้คำแนะนำได้ว่ากาแฟ/เครื่องดื่ม รสชาตินี้ควรเสิร์ฟพร้อม Topping (คาราเมล น้ำเชื่อม ครีมโฟม) หรือขนมในร้านแบบใดจึงจะเข้า กันกลมกล่อม ซึ่งถือเป็นกระบวนการส่งเสริมการตลาดของร้านไปในตัว

อย่างไรก็ตาม ทางร้านกาแฟสาขาโชตนา ควรมีการทดสอบความรู้ของพนักงานโดยหัวหน้างานอีก ด้วย เพื่อเป็นการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้ง ในด้านข้อมูล การบริการที่รวดเร็วถูกต้อง การมีปฏิสัมพันธ์ อธิบาย และ การสร้างความประทับใจ โดยการพัฒนาบุคลากรขององค์กรต้องเน้นให้สามารถทำงานเป็นทีม (Teamwork) ได้อย่างมี ประสิทธิภาพนอกจากนี้ควรมีการสร้างหรือกระตุ้นแรงจูงใจให้เกิดความมุ่งมั่นในการทำงานมาก ขึ้น โดยอาจใช้การกระตุ้นจากการจัดกิจกรรม รางวัล เงินโบนัส รวมถึงการเลื่อนตำแหน่งงานใน อนาคตด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ทางร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา ควรเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในการจองโต๊ะล่วงหน้า โดยกำหนดกระบวนการและเงื่อนไขการรับจองอย่างชัดเจนให้กับพนักงานผู้รับผิดชอบทุกราย และควรฝึกให้พนักงานรับจองและรับ Order ผ่านทางโทรศัพท์ที่ได้ รวมถึงในขั้นตอนการฝึกอบรมพนักงาน ก่อนส่งไปยังสาขาต่างๆ ผู้ฝึกอบรมต้องเน้นย้ำพนักงานให้ทราบว่า ร้านกาแฟฟางมีบริการจองโต๊ะล่วงหน้าด้วย

นอกจากนั้น ทางร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา ควรเน้นเรื่องความรวดเร็วและถูกต้องในการเสิร์ฟกาแฟ เครื่องดื่ม และขนม เนื่องจากลูกค้าบางส่วนยังพบว่ามีความล่าช้าหรือมีความผิดพลาด ร้านกาแฟฟาง ควรพิจารณาว่าช่วงวันเวลาใดบ้างที่มีลูกค้าหนาแน่นเป็นพิเศษ ดังผลการศึกษาที่พบว่า วันที่ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการคือวันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. ช่วงเวลานั้น ควรจัดให้มีพนักงาน/บาริสต้าในจำนวนที่เพียงพอ หรือจัดให้พนักงาน/บาริสต้าที่มีประสบการณ์ และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ดีให้อยู่ประจำในช่วงเวลานั้นๆ ตลอดช่วงเวลา เป็นต้น

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยย่อยเรื่องห้องน้ำไม่สะอาด และไม่เพียงพอของร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา นั้นเป็นผลมาจากร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้าท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต และใช้โครงสร้างหรือสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน (Facilities) ของทางโครงการโชตนา มอลล์ ทางร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา จึงไม่สามารถจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานบางเรื่องได้เอง ดังนั้น ทางร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา ควรขอความร่วมมือกับทางโครงการโชตนา มอลล์ ให้มีการดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำให้ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องปรับปรุงป้ายหน้าร้านใหม่ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากให้ความเห็นว่าป้ายดูไม่สวยงาม มองเห็นได้ไม่ชัดเจน ทางร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา ควรพิจารณาทำป้ายไฟ หรือป้ายตั้งพื้นขนาดใหญ่ให้ผู้เดินทางผ่านไปมา สามารถมองเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ทางร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา ควรนำเสนอจุดเด่นเรื่องเทคโนโลยีของเครื่องทำกาแฟและอุปกรณ์เสริมต่างๆ ที่มีความทันสมัยของทางร้านให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยจัดวางอุปกรณ์ในที่ที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน มีการดูแลรักษาความสะอาดของอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ จากผลการศึกษายังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้โอกาสในการมาที่ร้านกาแฟฟางเพื่อการพบปะสังสรรค์ และเพื่อเจรจาธุรกิจ ดังนั้น ทางร้านกาแฟฟาง สาขาโชตนา ควรจัดให้มีที่นั่งอย่างพอเพียง มีการจัดเก้าอี้เสริมสำหรับบางโต๊ะที่มีคนมาสังสรรค์กันเป็นจำนวนมาก และควรมีการจัดบางมุมเอาไว้สำหรับลูกค้าบางรายที่มาใช้บริการคนเดียวให้มีลักษณะสงบ เงียบ เพื่อมิให้เกิดการรบกวนกัน อาจมีการนำฉากกั้นบางๆ มาวางไว้ และทำการเก็บ/เคลื่อนย้ายได้ตามสะดวก เป็นต้น

ร้านกาแฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขารวมโชค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ทางร้านกาแฟ สาขารวมโชค ควรสร้างคุณค่าให้ลูกค้ารับรู้ถึงวัตถุดิบที่ใช้ในร้าน และควรปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ใหม่ เช่นเดียวกับสาขาโชตนา เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าจะลูกค้าจะเข้าใช้บริการร้านกาแฟ สาขาใด ก็จะได้รับบริการในรูปแบบที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เช่น แก้วกาแฟและถุงบรรจุแก้วกาแฟ เป็นต้น รวมถึงการคัดเลือกและควบคุมคุณภาพของขนมที่นำมาวางขายในร้านด้วย

อย่างไรก็ตามทางร้านกาแฟ สาขารวมโชค ควรปรับปรุงภาชนะบรรจุที่ใส่น้ำตาล ครีมเทียม ใช้ในร้าน ให้มีความเหมาะสม และสวยงาม เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวของสาขา รวมโชคลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างจากสาขาโชตนา อาจเป็นเพราะสาขา รวมโชคไม่ได้ใช้ภาชนะบรรจุแบบเดียวกันกับสาขาโชตนา ดังนั้นทางผู้บริหารควรยึดรูปแบบของภาชนะบรรจุของกาแฟ ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

ปัจจัยด้านราคา

ทางร้านกาแฟ สาขารวมโชค ควรดำเนินการด้านราคาเช่นเดียวกับ สาขาโชตนา โดยปรับขนาดของกาแฟ และเครื่องดื่มให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น (เนื่องจากกาแฟเย็น/ปั่นในปัจจุบันมีเพียงขนาดเดียว) เช่น กาแฟเย็น/ปั่น ขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ เพื่อให้มีราคาที่แตกต่างกัน และเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้นด้วย

ส่วนปัจจัยย่อยเรื่อง ราคาของขนมถูกกว่าร้านอื่น เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แชนวิช เป็นต้น และราคาของส่วนผสมเพิ่มเติม ถูกกว่าร้านอื่น เช่น วิปครีม ไซรัป คาราเมล เป็นต้น ของสาขา รวมโชค ลูกค้ามีความพึงพอใจในต่ำเช่นเดียวกับสาขาโชตนา ดังนั้นควรใช้แนวทางการปรับปรุงเดียวกันกับสาขาโชตนา ได้แก่ การผลิตขนมเค้ก คุกกี้ แชนวิช หรือของว่างของทางร้านเอง เพื่อควบคุมต้นทุนและราคาขาย ให้มีราคาต่ำลง หรือ อาจจะใช้การส่งเสริมการขายเพิ่มเติม เช่น การสะสมแต้ม เมื่อซื้อขนมเค้ก คุกกี้ แชนวิช ครบ 10 ชิ้น รับฟรี 1 ชิ้น เป็นต้น เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาอีกด้วย

ปัจจัยด้านสถานที่

ทางร้านกาแฟ สาขา รวมโชค ควรฝึกอบรมพนักงานเรื่องการให้บริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ให้เป็นมาตรฐานเช่นเดียวกับสาขาโชตนา และควรเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงและสื่อสารกับลูกค้า ทางเว็บไซต์และสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ต่างๆ ให้มากขึ้น อีกด้วย

อย่างไรก็ตามทางร้านกาแฟ สาขา รวมโชค ลูกค้าให้ความพึงพอใจในความสะอาดของการเดินทางมาที่ร้าน และการมีสถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบายในระดับปานกลาง ดังนั้นทางร้านกาแฟ สาขา รวมโชค จึงต้องอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เดินทางมาใช้บริการมากขึ้น เช่น การจัดพื้นที่จอดรถให้กับลูกค้าของร้าน โดยเฉพาะ หรือหาเช่าพื้นที่จอดรถในบริเวณใกล้เคียงเพิ่มเติม โดยเช่าพื้นที่จอดรถกับร้านอาหารข้างเคียง เป็นต้น รวมถึงการปรับปรุงป้ายด้านหน้าร้านใหม่ เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น ทำป้ายธงญี่ปุ่นวางไว้ริมถนน เพื่อเป็นจุดสังเกตให้แก่ลูกค้า เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ทางร้านกาแฟ สาขา รวมโชค ควรเพิ่มการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสาร และป้ายกลางแจ้งให้มากขึ้น และมีประชาสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการปลูกกาแฟเพื่อรักษาป่า ลดการใช้พลาสติกเพื่อลดสภาวะโลกร้อน และส่งเสริมการรักษาภูมิปัญญาในท้องถิ่น รวมถึงควรรักษาโปรโมชันเรื่อง การจัดการขยะลดแลกแจกแถม เช่น ซื้อครบ 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว หรือ แจกเสื้อยืด แจกแก้วกาแฟ เมื่อใช้บริการตามที่กำหนดต่อไป และทางร้านกาแฟ ควรปรับปรุงเงื่อนไขบางอย่างให้น่าสนใจขึ้น เช่น ซื้อกาแฟ 5 แก้วแถมขนม/ของว่างที่กำหนดไว้ 1 รายการ เป็นต้น และในอนาคตควรเพิ่มการทำบัตรสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ หรือให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ถือบัตรต่างๆ เช่น ผู้มีบัตรนักศึกษา ได้ลดราคาเครื่องดื่ม 5% หรือผู้ถือบัตรสมาชิกของร้านได้รับส่วนลดเพิ่มเป็น 10% ทุกวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นต้น เช่นเดียวกันกับสาขาโชตนา

อย่างไรก็ตามทางร้านกาแฟ สาขา รวมโชค ควรมีการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติม ในช่วงที่มีลูกค้าใช้บริการที่ร้านมาก เช่น ช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. หากซื้อกลับบ้านจะได้ส่วนลดเพิ่มเติมจากทางร้าน ร้อยละ 5 สำหรับลูกค้าที่ไม่ได้เป็นสมาชิก และ ได้ส่วนลดร้อยละ 10 สำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิกกับทางร้าน หรือ หากมาเป็นกลุ่มโดยมารดกันเดียวกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป จะสามารถจอดรถบริเวณหน้าร้าน (หรือพื้นที่จอดรถที่ทางร้านเตรียมไว้ให้พิเศษ) โดยออกเป็นแคมเปญรณรงค์การช่วยประหยัดพลังงาน เพื่อลดภาวะโลกร้อนและจะเป็นการเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของทางร้านกาแฟอีกด้วย และเพื่อเป็นการดึงดูดให้คนในพื้นที่ ที่ประสบปัญหาเรื่องท้องของสาขา รวมโชค หันมาใช้บริการมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร

ทางร้านกาแฟฝาง สาขารวมโชคควรมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ความรู้กับพนักงาน และเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ทันท่วงที รวมถึงควรมีการพัฒนาบุคลากรในด้านการแนะนำเครื่องดื่มและขนมต่างๆของทางร้าน โดยจัดทำคู่มืออธิบายความแตกต่างและลักษณะเด่นของเครื่องดื่มแต่ละประเภท กาแฟแต่ละพันธุ์ ให้ลูกค้าได้ทราบอย่างชัดเจน และ ควรมีการทดสอบความรู้ของพนักงานโดยหัวหน้างานอีกด้วย เพื่อเป็นการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านข้อมูล การบริการที่รวดเร็วถูกต้อง การมีปฏิสัมพันธ์ อธิษาศัย และการสร้างความประทับใจ โดยการพัฒนาบุคลากรขององค์กรต้องเน้นให้สามารถทำงานเป็นทีม (Teamwork) ได้อย่างมีประสิทธิภาพนอกจากนี้ควรมีการสร้างหรือกระตุ้นแรงจูงใจให้เกิดความมุ่งมั่นในการทำงานมากขึ้น โดยอาจใช้การกระตุ้นจากการจัดกิจกรรม รางวัล เงินโบนัส รวมถึงการเลื่อนตำแหน่งงานในอนาคตด้วย เช่นเดียวกันกับสาขาโชตนา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ทางร้านกาแฟฝาง สาขารวมโชค ควรเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในการจองโต๊ะล่วงหน้า โดยกำหนดกระบวนการและเงื่อนไขการรับจองอย่างชัดเจนให้กับพนักงานผู้รับผิดชอบทุกราย และควรฝึกให้พนักงานรับจองและรับ Order ผ่านทางโทรศัพท์ที่ได้ รวมถึงในขั้นตอนการฝึกอบรมพนักงาน ก่อนส่งไปยังสาขาต่างๆ ผู้ฝึกอบรมต้องเน้นย้ำพนักงานให้ทราบว่า ร้านกาแฟฝางมีบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้าด้วย เช่นเดียวกันกับสาขาโชตนา

อย่างไรก็ตามทางร้านกาแฟฝาง สาขารวมโชค ควรมีการฝึกอบรมเพิ่มเติมเรื่องการทักทาย และต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน เนื่องจากลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้แตกต่างจากสาขาโชตนา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

เนื่องจากร้านกาแฟฝาง สาขารวมโชค เป็นร้านกาแฟในรูปแบบ Stand Alone ตั้งอยู่ที่ ถนนเชียงใหม่-แม่ใจ ใกล้ตลาดรวมโชค ดังนั้น ควรปรับปรุงป้ายหน้าร้านใหม่ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากให้ความเห็นว่า ป้ายดูไม่สวยงาม มองเห็นได้ไม่ชัดเจน ทางร้านกาแฟฝาง สาขารวมโชค ควรพิจารณาทำป้ายไฟ หรือป้ายตั้งพื้นขนาดใหญ่ให้ผู้เดินทางผ่านไปมาสามารถมองเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามทางร้านกาแฟฝาง สาขารวมโชค ลูกค้าให้ความพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องการ
มีบริการอินเทอร์เน็ต ให้ใช้ฟรี ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากสาขาโชตนา ดังนั้นทางร้านกาแฟ
ฝาง สาขารวมโชค ควรเร่งติดตั้งคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะไว้ให้บริการ (เนื่องในปัจจุบันร้านกาแฟ
ฝาง สาขารวมโชค ไม่มีคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะไว้ให้บริการ) และควรแจ้ง Password WiFi ไว้โต๊ะ
ให้แก่ลูกค้าด้วย นอกจากนี้ ร้านกาแฟฝาง สาขารวมโชค ควรจัดพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ ในแก่ลูกค้า
โดยมีการแบ่งโซนอย่างชัดเจน และมีป้ายตั้งไว้ที่โต๊ะด้านนอกร้านที่อนุญาตให้สูบบุหรี่ได้ด้วย