

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ  
ร้านกาแฟวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน** นายสมเกียรติ เป็งโต

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธรา ตันติประภา ประธานกรรมการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คารารัตน์ บุญเฉลียว กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การเก็บรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการร้านกาแฟวี จำนวน 240 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท สาขาของร้านกาแฟวีที่ใช้บริการมากที่สุดคือ นิมนานหมินทร์ โดยมีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนมากกว่า 3 ครั้ง และค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 100 บาท สินค้าที่บริโภคคือผลิตภัณฑ์จากกาแฟ และลักษณะการใช้บริการที่ร้านกาแฟวี คือดื่ม/รับประทานที่ร้าน สิ่งที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟวีคือป้ายหน้าร้านและมีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านกาแฟวีในระดับพอใจ เวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุดคือ เวลา 12.01 – 15.00 น. และวันที่มาใช้บริการบ่อยที่สุดคือ วันธรรมดาจันทร์-ศุกร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการของร้านกาแฟวิ โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะด้านกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่รสชาติกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การบริการของพนักงานขายโดยรวม คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของสถานประกอบการ การตกแต่งร้าน และบรรยากาศของร้านเป็นกันเอง

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน ความสะอาดรวดเร็วในการให้บริการ และขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน

**Independent Study Title** Customer Satisfaction Towards Service Marketing Mix Factors of Wawee Coffee Shops in Mueang District, Chiang Mai Province

**Author** Mr. Somkait Pengto

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assist. Prof. Dr. Patchara Tantiprabha Chairperson

Assist. Prof. Dararatana Boonchaliew Member

### ABSTRACT

The objective of this independent study was to determine customer satisfaction towards service marketing mix of Wawee Coffee Shop in Amphur Muang, Chiang Mai.

Data was collected via questionnaires distributed to 240 customers of Wawee Coffee Shop. It was then analyzed using descriptive statistics, frequency, percentage, and means.

The results indicated that most respondents were male business owners, 20-30 years of age, with undergraduate education. Their monthly incomes were THB5,000-10,000. The results showed that respondents usually went to Wawee Coffee Shop, Nimmanhemmin branch at least 3 times a month between noon to 3 p.m., Monday to Friday. For each visit, they spent less than 100 baht for coffee & products at the shop, and the type of service was consumption on premises. Respondents pointed out that the signage of Wawee Coffee Shop and satisfaction with the service led them to this shop.

For the overall service marketing factors, the respondents were satisfied as follows. The customers were satisfied to high levels for the following factors: people, physical evidence and presentation, place and process. The customers showed moderate levels of satisfaction towards price and promotion.

For product, the respondents were satisfied to a high level regarding: taste, freshness, and cleanliness.

For price, the respondents were satisfied to a high level towards product quality at reasonable prices.

For place, the respondents were satisfied to a high level towards convenient location; appropriate service hours, and proximity of the location to customers' residences or work places.

For promotion, the respondents were satisfied at a high level towards the overall services received from staff, and suggestions from previous customers.

For people, the respondents were satisfied to a high level towards staff's manners and hospitality as well as unbiased service; staff's proper personality and dresscode; and adequate staffing.

For physical evidence and presentation, the respondents were satisfied to a high level towards cleanliness of the café; interior decoration; and friendly atmosphere.

For process, the respondents were satisfied to a high level towards the accuracy of products served (and other products), responsive service and uncomplicated ordering process.