

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านกาแฟแฮปปี้ซัฟ

ผู้เขียน นายเจ็จ แสงสร้อย

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อุรุทยา ประธานกรรมการ
อาจารย์ วิวรรณ วรรณจักริยา กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการร้านกาแฟแฮปปี้ซัฟ

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา จำนวน 250 ชุด เพื่อรวบรวมข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีบังเอิญ สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงเท่ากับเพศชาย อายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการดื่มกาแฟ คือ เคยดื่มกาแฟมานานเกินกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี ชอบดื่มที่ร้านกาแฟแต่ไม่เจาะจงร้านใดร้านหนึ่ง ส่วนการมาใช้บริการที่ร้านกาแฟแฮปปี้ซัฟเพราะอยู่ไม่ไกลจากที่พักหรือที่ทำงาน มาใช้บริการ 2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์ ในช่วงเวลา 9.00–12.00 น. เมนูที่นิยมเลือกซื้อกาแฟเย็น และมีค่าใช้จ่ายสำหรับการดื่มกาแฟแต่ละครั้งเฉลี่ยไม่เกิน 50 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านกาแฟแฮปปี้ซัฟโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สามารถจำแนกความพึงพอใจแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ความสะอาดของกาแฟ รสชาติของกาแฟ ความสดของกาแฟ กลิ่นหอมของเครื่องดื่มกาแฟ ความสะอาดของสินค้าอื่น และความหลากหลายของเมนูกาแฟ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ราคาของเครื่องคั้มกาแฟและราคาของชา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยย่อยทั้งหมดมีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับปานกลาง คือ การบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ทัศนคติของพนักงานขาย ความเป็นกันเองของพนักงานขาย จำนวนพนักงานให้บริการ บุคลิกภาพของพนักงานขาย และความเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงานขาย

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ความรวดเร็วในการคำนวณค่าใช้จ่ายและมีการบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจระดับมาก คือ บรรยากาศของร้านกาแฟ

ผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาจากการใช้บริการร้านกาแฟสเปปี้ฮัทอยู่ในระดับน้อย ส่วนปัญหาเรื่องซึ่งพบระดับมาก คือ สถานที่จอดรถยนต์และจักรยานยนต์ และพบปัญหาระดับปานกลาง คือ ไม่มีการลด แลก แจก หรือแถม ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และมีโต๊ะ/เก้าอี้ไม่พอบริการกับลูกค้า

Independent Study Title Customers Satisfaction Towards Service of
“Happy Hut” Coffee Shop

Author Mr. Jadet Sangsoi

Degree Master of Business Administration (Agro-Industry Management)

Independent Study Advisory Committee

Assistant Prof. Theerakiti Navaratana Na Ayudhya	Chairperson
Lecturer Wiwat Wattanatchariya	Member

ABSTRACT

The objective of this study was to examine customers' satisfaction towards the service of Happy Hut Coffee Shop.

In this study, questionnaire survey was conducted by accidental random sampling of 250 customers. Descriptive statistics included frequency, percentage and mean. It was found that the respondents were equally male and female, 20-30 years of age, single and holding a bachelor's degree. They were company employees and had the average income of 5,001-10,000 Baht per month.

The respondents had coffee drinking behavior as follows: drinking coffee during 1-3 years, drinking coffee in any coffee shops, coming to Happy Hut Coffee Shop due to its short distance to their residential places or working places, having services 2-3 times per week during 09.00-12.00 a.m., preferring iced coffee and average spending for coffee not more than 50 Baht at a time.

The respondents are moderately satisfied with the overall service of Happy Hut Coffee Shop. Service marketing mix factors can be categorized as follows:

The respondents are highly satisfied with the product factor. The sub factors highly affected on the respondents' satisfaction are cleanliness of coffee, taste, freshness, good odor cleanliness of other products and various coffee recipes.

The price factor moderately affects the respondents' satisfaction. The sub factor highly affected on the respondents' satisfaction is the price of coffee and tea.

The place factor moderately affects on the respondents' satisfaction. All of the sub factors moderately affect on the respondents' satisfaction.

The promotion factor less affects on the respondents' satisfaction. The sub factor moderately affected on the respondents' satisfaction is the high speed internet service.

The people factor highly affects on the respondents' satisfaction. The sub factors highly affected on the respondents' satisfaction are temperament of salesmen , friendliness, numbers of serviceman, personality, and attention of salesmen.

The process factor moderately affects on the respondents' satisfaction. The sub factors highly affected on the respondents' satisfaction are quick calculating the cost and the opening hour announcement.

The physical evidence factor moderately affects on the respondents' satisfaction. The sub factor highly affected on the respondents' satisfaction is the atmosphere of the coffee shop.

The respondents found that the problems of the Happy Hut Coffee Shop were low. The most serious problem was the parking lot. The moderate problems were no discount or free gift, the lack of public relations and inadequate tables and chairs.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved