

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า และปัญหาของลูกค้าที่พบจากการให้บริการของร้านกาแฟและอาหารเบเกอรี่แคนยอน ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสุ่มตัวอย่างตามสะดวก จำนวน 294 ตัวอย่าง จากผู้ใช้บริการร้านกาแฟและอาหารเบเกอรี่แคนยอน 5 สาขา ได้แก่ สาขา กาดสวนแก้ว สาขาคาร์ฟูร์ สาขาโลตัสตลาดคำเที่ยง สาขาศูนย์การค้าแอร์พอร์ต และสาขาช้างคลาน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติ ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าอัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบที่แบบจับคู่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 251-500 บาทต่อครั้ง มาใช้บริการร้านเบเกอรี่แคนยอน 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่นิยมสั่งเครื่องดื่มประเภทกาแฟและสั่งอาหารประเภทข้าวผัด/ข้าวหน้าต่างๆ กลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการด้วยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพื่อน โดยมาใช้บริการครั้งละ 2-3 คน และมาใช้บริการในช่วงเวลา 16.01-19.00 น. สิ่งจูงใจที่ทำให้เลือกใช้บริการ คือขอบรรยากาศของกาแฟ สำหรับสื่อและวิธีการที่ช่วยในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ คือป้ายหน้าร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้บริการที่สาขา กาดสวนแก้วบ่อยที่สุด และส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าทางร้านมีบริการจัดกลับบ้าน และบริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

จากการเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านปัจจัยทางการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ นอกจากนี้ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดจากการให้บริการ คือปัญหาด้านบุคลากร

ABSTRACT

TE158415

The objective of this independent study was to study the customers' satisfaction and problems towards the services of Black Canyon Coffee Houses and Restaurants in Changwat Chiang Mai. A sample of 294 consumptive respondents, who were served in 5 branches of the Black Canyon; Kad Suan Keaw, Carrefour, Lotus Kam Thieng, Central Airport Plaza and Chang Khlan, were selected by convenient sampling. Questionnaires were used for data collection. Data processing was analyzed by statistical methods which were frequency tables, percentages, mean and T-test.

The result from the study found that most of the respondents earned their family income between 20,001 to 30,000 baht per month, spent 251 to 500 baht for each time and came to the restaurants at least once a month. The coffee and rice dishes were mainly ordered. They had two to three companions and most of them were friends. The service time was around 4.01 to 7.00 p.m. The reason for using the services was the taste of coffee. The media or procedure that affecting services buying decision was the front sign and Kad Suan Keaw branch was the most popular place. Most of the respondents did not know that there were delivery and catering services. In general most respondents had moderate satisfaction level.

The comparison of expectation and perception of the respondents in marketing factors found that they were satisfied with product, promotion and physical evidence. Meanwhile, they were dissatisfied with price, channels of distribution, people and process. In addition, the main problem they found in using the service was people problem.