

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟ ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามรวบรวม ข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจำนวน 414 ราย ใน 18 สาขา ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตาม สะดวก และนำข้อมูลมาการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการ บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจใน ระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของ ผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของตราหือบ้านไร่กาแฟ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย

ปัจจัยราคาที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ ราคา เหมาะสมกับคุณภาพ และส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมากๆ

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง ที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้า มีจำนวนสาขาในกรุงเทพฯ อย่างเพียงพอ และสามารถ สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ มีคู่มือส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผ่าน สื่อต่างๆ และการดาวน์โหลดภาพบ้านไร่กาแฟลงโทรศัพท์มือถือเพื่อรับส่วนลดในการซื้อ ผลิตภัณฑ์

ปัจจัยบุคคลที่มีผลต่อความพอใจของลูกค้าในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงาน สุภาพ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ความคล่องแคล่วในการให้บริการของพนักงาน และการสื่อสารที่ชัดเจนของพนักงาน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในระดับ ปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

ปัจจัยกระบวนการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ การรับชำระเงินได้อย่างถูกต้อง การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง และการให้ คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ ความสะอาดของร้าน การตกแต่งของทางร้าน การจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ ความสว่าง ของร้าน และสถานที่นั่งพักสบาย

The objective of this independent study was to study customer satisfaction towards service marketing mix factors of Banrai Coffee stores in Bangkok. The data was collected by questionnaire from 414 customers in 18 branches through random sampling and analyzed by descriptive statistics namely frequency, percentage, mean and standard deviation. The result was found as follows.

Customer satisfaction towards service marketing mix factors of Banrai Coffee stores was at the medium level overall. The factors that affected customer satisfaction at the high level were process, people, physical evidence, and product factors. The factors that affected customer satisfaction at the medium level were place, price, and promotion factors.

Product factors affecting customer satisfaction at the high level were taste, product quality, and product image or brand. The factor that affected customer satisfaction at the medium level was the variety selection of service products.

Price factors affecting customer satisfaction at the medium level in all sub factors were price and quality agreement, and discount when customers bought a lot.

Place factors affecting customer satisfaction at the high level were everyday operation and the store location at gas stations. The factors that affected customer satisfaction at the medium level were convenience, store location at sky-train stations, number of stores in various locations, and internet ordering.

Promotion factors affecting customer satisfaction at the medium level in all sub factors were membership privilege, discount coupons, advertising, and downloading the store logo onto cell phone for discount.

People factors affecting customer satisfaction at the high level were staff's uniform and dress, politeness, speed of service, and clarity of communication. The factor that affected customer satisfaction at the medium level was number of staff.

Process factors affecting customer satisfaction at the high level in all sub factors were service process, which consisted of customer greetings, welcoming, accurate order taking, product recommendation, and good cash registering.

Physical evidence factors affecting customer satisfaction at the high level in all sub factors were cleanliness, decoration, product display, light, and comfortable atmosphere.