

ชื่อโครงการพิเศษ	การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดตกแต่งจานอาหารประเภทพาสต้าของร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า
ชื่อนักศึกษา	ทักษะ วิเศษปรีชา และวิรัตน์ ภาชี
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาและคณะ	อุตสาหกรรมบริการอาหาร เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2559
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์คันสนีย์ ทิมทอง

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภค และระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดตกแต่งอาหารประเภทพาสต้า ของร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดตกแต่งจานอาหารประเภทพาสต้า จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน เป็นผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ใช้บริการ 3 - 6 ครั้งต่อเดือน เนื่องจากชอบบรรยากาศของร้าน มาใช้บริการกับเพื่อน 2 – 3 คนต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท รู้จักร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า จากเพื่อนหรือคนรู้จัก เลือกรับประทานอาหารจานหลัก และเครื่องดื่มประเภทร้อนจากเมนูมากที่สุด รับประทาน สปาเก็ตตี้ คาโบนาร่าบอยที่สุด เพราะชอบในรสชาติ ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดตกแต่งจานอาหารประเภทพาสต้า พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดตกแต่งจานอาหาร มากที่สุดคือ สปาเก็ตตี้มีทบอล ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดตกแต่งจานอาหารประเภทพาสต้า จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า เพศหญิง และเพศชายมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** ความพึงพอใจ พาสต้า เดอะคอฟฟี่ คลับ

<b>Special project</b>	The study of consumer satisfaction for pasta decoration at The Coffee Club Riverside Plaza brunch
<b>Author</b>	Takka Wisetpreecha and Wirat Phasi
<b>Degree</b>	Bachelor of Home Economics
<b>Major Program</b>	Food Service Industry, Home Economics Technology
<b>Academic Years</b>	2016
<b>Adviser</b>	Sansanee Thimthong

### **Abstract**

The objective of the study was consumption behavior and satisfaction of consumer affecting pasta decoration at The Coffee Club Riverside Plaza brunch, to compare satisfaction of consumer affecting pasta decoration at The Coffee Club Riverside Plaza brunch. classified by personal factor such as gender ages, educate level, occupation and average income per month. A sample was selected from customer of The Coffee Club Riverside Plaza brunch at 400 persons using purposive sampling. The tools used were questionnaires. The data was analyzed using frequency, percentile, average, standard deviation, t-test and F-test.

The result of the study were found that the sample was almost female under the age of 30 years, bachelor degree, average income per month 20,001 - 25,000 THB, access the service 3 - 6 times per month because good ambiance, come with some friends had expense more 400 THB, friends recommend, almost chosen main dish and hot beverage, always ate Carbonara because like the taste. It was found consumption behavior and satisfaction of consumer affecting pasta decoration at The Coffee Club Riverside Plaza brunch the total result found that almost high level is Meat ball Spaghetti. The result of the compare satisfaction of consumer affecting pasta decoration classified by personal factor such as gender, age, educate level, occupation and average income per month that found female and male had the no difference in satisfaction. The ages, educate level, occupation and average income per month had the satisfied in satisfaction was statistically significant at 0.05 levels.

**Keywords :** Satisfaction, Pasta, The Coffee club