

ชื่อโครงการพิเศษ	ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการร้าน เอ็น แอนด์ บี แพนเค้ก สาขาอิมพิเรียลเวิลด์สำโรงโดยใช้ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ 7P's
ชื่อนักศึกษา	วิภาวันธุ์ พักเทพ และพรทิซาร์ เรืองจ้อย
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา และคณะ	อุตสาหกรรมบริการอาหาร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์นฤศร มังกรศิลา

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์ ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้าน เอ็น แอนด์ บี แพนเค้ก สาขาอิมพิเรียลเวิลด์สำโรง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการร้าน เอ็น แอนด์ บี แพนเค้ก สาขาอิมพิเรียลเวิลด์สำโรง และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้าน เอ็น แอนด์ บี แพนเค้ก สาขาอิมพิเรียลเวิลด์สำโรง จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการร้าน เอ็น แอนด์ บี แพนเค้ก สาขาอิมพิเรียลเวิลด์สำโรง จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์สถิติด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ F-test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการร้าน เอ็น แอนด์ บี แพนเค้ก สาขาอิมพิเรียลเวิลด์สำโรง ส่วนมากที่สุดเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 ปี – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-15,000 บาท ขนมที่นิยมมากที่สุด คือ เค้ก เครื่องดื่มที่นิยมมากที่สุด คือ น้ำมะนาวผสมน้ำผึ้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือ ติดใจในรสชาติผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 81 บาท – 100 บาท เวลาที่นิยมเข้าใช้บริการ คือ 15.01 น. – 18.00 น. และตัดสินใจเข้าใช้บริการด้วยตนเอง ผลการศึกษาพบว่า ด้านส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้าน เอ็นแอนด์ บี แพนเค้ก สาขาอิมพิเรียลเวิลด์สำโรง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X}=4.14$) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.07$) ด้านกระบวนการบริการ ($\bar{X}=4.06$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.05$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=4.02$) ด้านบุคลากร ($\bar{X}=4.00$) และ ด้านราคา ($\bar{X}=3.98$) ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการร้าน เอ็น แอนด์ บี แพนเค้ก สาขาอิมพิเรียลเวิลด์สำโรงของผู้บริโภคพบว่า เพศ ไม่มีความแตกต่างกันต่อการเลือกใช้บริการร้าน เอ็น แอนด์ บี แพนเค้ก สาขาอิมพิเรียลเวิลด์สำโรง ส่วนอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจ ด้านกระบวนการบริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมของผู้บริโภค , ความพึงพอใจ , ส่วนประสมทางการตลาด 7P's

Special Project	Consumer's Satisfaction Effecting N&B Pancake Imperial World Samrong of The Service Markating Mixed 7P's
Author	Wipawan Fugthep and Pornricha Ruengjui
Degree	Food service industry, Home Economics Technology
Academic Year	2016
Adviser	Narusorn Mangkornsila

Abstacts

This study has an objective. Consumer Behavior in Using N&B Pancake Imperial World Samrong Customer Satisfaction with N&B Pancake shop Samrong Branch Satisfaction with N&B Pancake Imperial Word Samrong From personal factors such as gender and age group classes. Attended by more than 400 customers using N&B Pancake Imperial World Samrong instrument used in the research werw frequency, percentage, mean standard deviation, t-test and F-test by. Use program Statistical packages

The results show that N&B Pancake Imperial World Samrong Most are female. Aged between 21-30 years old , single status , bachelor degree student / Student status is between 10,000 – 15,000 baht per month. Most crepes are popular. Most Lemon juice with honey The reason for choosing the sevice impresses with the taste of the product. Cost per session is 81-100 Baht access times are from 15:01 – 18:00 PM. The decision to use self-service. The resulys show that 7P's marketing mix affects consumers in choosing N&B Pancake Imperial World Samrong. Overall, it was at a high level ($\bar{X}$ =4.05). Considering it was found that the promotion is very average ($\bar{X}$ =4.14), followed by the product ($\bar{X}$ =4.07), service ($\bar{X}$ =4.06), the Place ($\bar{X}$ =4.05), Physical Evidence ($\bar{X}$ =4.02), People ($\bar{X}$ =4.00) and the price ($\bar{X}$ =3.98) respectively, Comparison of Factors Affecting Consumer Satisfaction Affecting the service of N&B Pancake Imperial World Samrong Consumers found that sex differancs were not significantly different in choosing the N&B Pancake Imperial World samrong. Age differences were significantly different in perception of sevice process at the 0.05 level.

Keywords : Consumer Behavior , Satisfaction , Marketing Mix 7P's