

ชื่อโครงการพิเศษ	ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านบ้านครุคาเฟ่ โดยใช้ส่วน ประสมทางการตลาดบริการ 7P's
ชื่อนักศึกษา	สิริลักษณ์ อุดินันท์ ณิชกร สนามทอง และศิริประภา โจอสรร์คณฺสนธิ์
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาและคณะ	อุตสาหกรรมกรรมการบริการอาหาร เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2562
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ศันสนีย์ ทิมทอง

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านบ้านครุคาเฟ่ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านบ้านครุคาเฟ่ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านบ้านครุคาเฟ่ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ใช้บริการร้านบ้านครุคาเฟ่ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า t-test และ F-test

ผลการศึกษา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 ถึง 40 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านบ้านครุคาเฟ่ พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการเพราะมีรายการอาหารน่าสนใจ มาใช้บริการในวันอาทิตย์ ช่วงเวลา 17.00 – 19.00 น. มาใช้บริการกับครอบครัว ตัดสินใจด้วยตนเองในการมาใช้บริการ รู้จักร้านบ้านครุคาเฟ่จากเพื่อนและคนรู้จัก อาหารจานหลักที่ผู้บริโภคนิยมรับประทานมากที่สุด คือ พิซซ่าฮาวายเอียน ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านบ้านครุคาเฟ่ ด้านพนักงานให้บริการ ได้ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และด้านส่งเสริมทางการตลาด ได้ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอายุ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านพนักงานให้บริการ ด้านอาชีพ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมทางการตลาด และด้านพนักงานให้บริการ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านพนักงานให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ, ผู้บริโภค, ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's, ร้านบ้านครุคาเฟ่

<b>Special Project</b>	Consumer Satisfaction on Services of Baankru Café Using 7P's Services Marketing Mix
<b>Authors</b>	Sirilak Adinan Nathakorn Sanamthong and Siraorapa Josannusont
<b>Degree</b>	Bachelor of Home Economics
<b>Major Program</b>	Food Service Industry, Home Economics Technology
<b>Academic Year</b>	2019
<b>Advisor</b>	Sansanee Thimthong

### **Abstracts**

The purpose of this study was to study the behavior of consumers satisfaction on services of Baankru café to study consumer satisfaction on Services of Baankru Café Using 7P's Services Marketing Mix and to compare consumer satisfaction on services of Baankru café at classified by personal status, gender, age, occupation, and income. The sample group used in the study was 400 consumers of the Baankru café by using specific sampling methods. The instrument used in the study was a questionnaire. The statistics used were frequency, percentage, mean. The standard deviation is the t-test and F-test.

The results show that most consumers are female, aged between 31 to 40 years, are self-employed, with an average monthly income of 40,001 baht. Consumers 'behavior towards using the Baankru café service found that most of them use this café because they have interesting food menu, come to use on Sundays from 17.00 - 19.00 hours, come to use with family, decide for themselves in coming to use the service, get to know Baankru café from friends and acquaintances, the main dish that the consumers most commonly have eaten are Hawaiian pizza. The result of the study of consumer satisfaction on the service of Baankru café in the aspect of staff serving was the highest satisfaction levels and the marketing promotion was the least satisfied. The results of the consumer satisfaction comparison classified by personal status in the aspect of gender, consumers have different satisfaction in marketing promotion. In the aspect of age, consumers have different satisfaction in price, distribution channel and service staff. In the aspect of occupation, consumers have different satisfaction in products, prices, marketing promotion and service staff. In the aspect of average monthly income, consumers have different satisfaction in products, distribution channels, and service personnel, with statistical significance at the level of 0.05.

**Keywords:** Satisfaction, Consumers, 7P's Services Marketing mix, Baankru café