

ชื่อโครงการพิเศษ	ความพึงพอใจของผู้บริโภคเมนูเพื่อสุขภาพของร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)
ชื่อ นามสกุล	ชนิสรา เกษสกุล และดวงกมล พาเจริญ
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาและคณะ	อุตสาหกรรมบริการอาหาร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหาร เครื่องดื่ม และของหวานเพื่อสุขภาพ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้มาใช้บริการร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า จำนวน 380 คน โดยการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์สถิติด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ ค่า F-test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคที่ร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า พบว่า ความถี่ในการมาใช้บริการร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า คือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า มากที่สุด คือ ชื้อเครื่องดื่ม กับเพื่อน/ผู้ร่วมงาน รู้จักร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า จากช่องทางสื่อออนไลน์ ประเภทของอาหารที่รับประทานบ่อยที่สุดในร้านคือ อาหารประเภท Sandwich/Burger เมนูอาหารสุขภาพที่รับประทานบ่อยที่สุดในร้านคือ Grilled Chicken With Quinoa Salad เมนูเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่รับประทานบ่อยที่สุดในร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า คือ Pomberry Lemonade เมนูขนมหวานเพื่อสุขภาพที่รับประทานบ่อยที่สุดในร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า คือ Chia Pudding With Mixed Berry และเหตุผลที่เลือกรับประทานเมนูเพื่อสุขภาพที่ร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า มากที่สุดคือ เป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ความพึงพอใจของผู้บริโภคเมนูเพื่อสุขภาพของร้านเดอะคอฟฟี่ คลับ สาขาโรเวอร์ไซด์ พลาซ่า โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ในภาพรวม ผลการประเมินอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ด้านพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, เมนูเพื่อสุขภาพ, เดอะคอฟฟี่ คลับ

Special project	The Satisfaction of Consumer on Healthy Menu of The Coffee Club, Branch Riverside Plaza, Using Service Marketing (7P's)
Author's	Chanitsara Kedsakul and Duangkamol Pajaroen
Degree	Bachelor of Home Economics
Major program	Food Service Industry
Faculty	Home Economics Technology
Academic year	2019

ABSTRACT

The purpose of this study was to Study Satisfaction of Consumer on Healthy Menu of The Coffee Club, Branch Riverside Plaza, Using Service Marketing (7P's) to study the satisfaction of consumers with healthy food, drinks, and desserts To compare The basic factors are gender, age, and sample group used in the study are The sampling groups were 380 randomly selected customers from the Coffee Club, Riverside Plaza, Riverside Plaza. Educational tools The questionnaires were analyzed statistically by frequency, percentage, mean, standard deviation.t-test and F-test values by using statistical software.

The study found that The majority of users are female. Age between 21 - 30 years, have a personal business career The average income is 10,001 - 20,000 baht. Consumer's behavior of using the service of The Coffee Club at Riverside Plaza branch, found that the frequency of using the The Coffee Club is 1 - 2 times a week. The reason that they choose to use the The Coffee Club is that they buy beverages. With friends. Get to know The Coffee Club from online media channels. The most frequently eaten food types in the restaurant are Sandwich / Burger food. The most common healthy food menu is the Grilled Chicken With Quinoa Salad. The most healthy drink menu at The Coffee Club is Pomberry Lemonade. The healthiest dessert eaten is Chia Pudding With Mixed Berry and the reason for choosing healthy is the most healthy food. Consumer satisfaction, the menu healthy, using the (7P's) marketing. The evaluation is very high. The order is the staff side, the product side. Physical environment Service process In marketing promotion, price, and distribution.

Keywords : Satisfaction, Menu healthy, The Coffee Club