

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์  
ที่เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า

โดย : นายภูริภัทร ชั่งจันทร์

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา : .....

(ดร. วิจิตร สุพินิจ)

..... / ..... / .....

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ที่เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า กลุ่มตัวอย่างที่  
ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ที่เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า จำนวน 400  
ตัวอย่างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การ  
แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้  
สถิติไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง  
20 - 30 ปี สถานภาพโสด เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ  
มีรายได้มากกว่า 10,000 - 20,000 บาท ใช้บริการ กับเพื่อนมาก นิยมใช้บริการในวันเสาร์ มีความถี่  
ในการใช้บริการ 2 ครั้ง/เดือน มากที่สุด โดยจะใช้บริการในช่วงเวลาระหว่าง 18.01 น. - 20.00 น.

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการยังมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านกาแฟสตาร์  
บัคส์ที่เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมาก  
ที่สุดในด้านบุคลากรรองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดใน  
ด้านลักษณะภายนอก การทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ  
รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อร้านกาแฟสตาร์บัคส์ที่เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า

นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ บุคคลที่ไปใช้บริการร่วมด้วย ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ และเวลาที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ที่เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า

เพื่อเป็นข้อมูลแก่ทางผู้ประกอบการในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการจึงควรมีการอบรมมารยาท การแต่งกาย บุคลิกภาพ และการช่วยเหลือแก้ปัญหาของพนักงานให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

**Abstract**

Research Title : Satisfaction towards the Service of Starbucks Coffee Shop at  
Centralplaza Pinklao

Researcher : Mr. Pureepat Changchan

Degree : Master of Business Administration

Major : General Management

Advisor : .....  
(Dr. Vijit Supinit)  
..... / ..... / .....

This research aims to study demographic and marketing mix factors of customers at Starbucks coffee shop at centralplaza pinklao. The samples used for this study are 400 samples from people staying in Aspire Sathorn-Taksin, Bangkok. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. Chi-square test was used for analysis. Most consumers are females, aged between 20 - 30 years, single, hold bachelor's degree, worked in private companies/enterprises, earned between 10,000 - 20,000 Baht. Most of them consume with their friends. The most consumers used servicing on Saturday. The service frequency is 2 times per month. The most of time is 6 pm. – 9 pm.

In addition, the researcher found that overall of the level of service satisfaction of Starbucks coffee shop at centralplaza pinklao was high level. The highest satisfaction was people. Secondly, it was process. The lowest satisfaction was physical evidence. Hypothesis testing revealed that individual factors of gender, age, occupation, marital status, educational level, and income per month are associated with consumer's service satisfaction of starbucks coffee shop at centralplaza pinklao. In addition, the researcher found that service behavior – people who

consume with, the service frequency, period of time spent and time spent related to consumer's service satisfaction of Starbucks coffee shop at centralplaza pinklao.

To be the information for entrepreneurs to plan the marketing strategies and give most satisfaction to consumers, entrepreneurs should be trained on manners, dress personality and help solve problems for the greatest satisfaction.