



ความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่ในร้านกาแฟบี
Satisfaction and Behavior Related to Bakery Purchase at Coffee Bee
Store

จิรัฏฐ์ อัครสินสมบัติ

การค้นคว้าอิสระเสนอต่อสถาบันรัชต์ภาคย์
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการทั่วไป (M.B.A.) ปีการศึกษา 2558

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ
โดย

ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้เบเกอร์ในร้านคอฟฟี่ปี
นายจิรัฏฐ์ อัครสินสมบัติ

หลักสูตร


บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ)

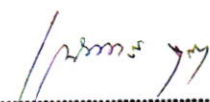
อาจารย์ที่ปรึกษา

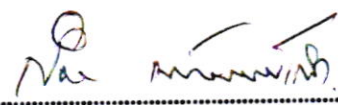
ดร.ชนินทร์ วิชุลตา

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2558


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุขจิตต์ ฉ นคร)


.....กรรมการ / อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร. ชนินทร์ วิชุลตา)


.....ผู้อำนวยการหลักสูตร
(ดร. พิชัย ทรัพย์เกิด)

จิรัฏฐ์ อัครสินสมบัติ
อาจารย์ที่ปรึกษา

ความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่ในร้านคอฟฟี่บี
ดร.ชนินทร์ วิษณุสุดา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดหมายเพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากร พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการและ ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเบเกอรี่ และความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อเบเกอรี่ในร้านเบเกอรี่คอฟฟี่บีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้ คือผู้ใช้บริการร้านคอฟฟี่บีของผู้ใช้บริการร้านเบเกอรี่ : กรณีศึกษาในจังหวัดพิษณุโลกจำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ ไค-สแควร์ (Chi - square Test) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรค่า t - test และ F - test หรือการวิเคราะห์ตัวแปรทางเดียว (One -Way Analysis of Variance) วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป ทางสถิติ

ผลการทดสอบพบว่า 1.) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 15 - 25 ปี มาก มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน 2.) ผู้ใช้บริการมักเลือกซื้อเบเกอรี่จากร้านเบเกอรี่ทั่วไปแบบมีหน้าร้านและร้านเครื่องดื่มและเบเกอรี่ มักซื้อเบเกอรี่ประเภทเค้กเป็นส่วนใหญ่ เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านเบเกอรี่เพราะมีราคาที่เหมาะสมมากที่สุด โอกาสในการเลือกซื้อเบเกอรี่ส่วนใหญ่ซื้อรับประทานเองมากที่สุด ใช้บริการร้านเบเกอรี่ช่วงหลังเวลา 18.00 น. มากที่สุด โดยเฉลี่ยผู้ใช้บริการซื้อเบเกอรี่ครั้งละ 51 - 100 บาท ความถี่ในการใช้บริการร้านเบเกอรี่ส่วนใหญ่ 1 - 2 ครั้ง / สัปดาห์ และผู้ใช้บริการรู้จักร้านเบเกอรี่จากสื่อป้ายโฆษณา/ป้ายร้าน มาก 3.) ผู้ใช้บริการในการเลือกซื้อเบเกอรี่ของผู้บริโภคในร้านคอฟฟี่บีโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ ที่เลือกอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนข้ออื่นๆอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก 4.) จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่าลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและพฤติกรรมการเลือกซื้อเบเกอรี่ในคอฟฟี่บีไม่แตกต่างกัน

Satisfaction and Behavior Related to Bakery Purchase at Coffee Bee Store

Abstract

The objectives of this research were to study 1) fundamental factors of consumers purchasing bakery at Coffee Bee Store located in Phitsanulok Province who were target population under study 2) their purchasing behavior 3) satisfaction obtained from the use of the store's service 4) purchasing behavior and their satisfaction based upon fundamental factors. Samples came from consumers visited the store. Questionnaire was used to collect the data. Data gathered was analyzed using statistical software. Statistics used in this study include both descriptive statistics(percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics(Chi-square test, t-test, F-test or one-way analysis of variance).

Outcome of the research revealed that the majority of respondents were female, 15-25 years of age, single, bachelor degree graduates, working as general employees with monthly income exceeding 20,000 baht and living in a family with 3-4 members. Study of purchasing behavior showed that respondents normally bought bakery from the stores with fixed window or from beverage and bakery shops. Most favorite item purchased was cake. The reason given for the use of service was the store's reasonable price. The product bought was intended for self-consumption. They visited the store once or twice weekly and the time visited the store was after 18.00 o'clock while the budget for each purchase was between 51-100 baht. They knew the store from advertising media and banners. Study of their satisfaction showed that product and service process scored highest while other factors scored high on a given rating scale. Hypothesis tests showed that respondents with different fundamental factors did not differ in their satisfaction and bakery purchasing behavior at 0.05 level of significance.