

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)
ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ CADENCE DANCE & ART STUDIO
สาขา THE ETERNO รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร

CUSTOMER'S SATISFACTION IN MARKETING MIX FACTORS
FOR CADENCE DANCE & ART STUDIO SERVICING THE ETERNO
RAMKHAMHAENG-ROMKLAO BANGKOK

นภัสวรรณ ปัทมวิฑูร
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Napassawan Pattamawitoon

E-mail : fangnpsw@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการทุกประเภทกับสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 138 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test และแบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะประชากรของลูกค้าด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้ที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัด กรุงเทพมหานคร ไม่ต่างกัน แต่ลักษณะประชากรของลูกค้าด้านการศึกษาที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของลูกค้า ; ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ; สตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Abstract

The objective of this research study is to study customer satisfaction with service marketing mix (7Ps) of Cadence Dance & Art Studio at The Eterno Ramkhamhaeng-Romkloa Bangkok and to study customer satisfaction with the service marketing mix (7Ps) of Cadence Dance & Art Studio at The Eterno Ramkhamhaeng- Romkloa Bangkok classified by demographic characteristics

The sample group of this research is customers who use all types of services with teaching studios. Cadence Dance & Art Studio Performances at The Eterno Ramkhamhaeng-Romkloa 138 persons in Bangkok, using questionnaires as a tool to collect statistical data and used frequency, percentage, mean and standard deviation for analysis. The hypothesis test were t-test and One-Way ANOVA. If differences are found, then compare each pair by using LSD method

The result of hypothesis test was found that the different population characteristics of customers in terms of gender, age, education, status and income not make the different satisfaction with the service marketing mix (7Ps) of Cadence Dance & Art Studio at The Eterno Ramkhamhaeng-Romkloa Bangkok but only different education's customer that have the different satisfaction resulting with service marketing mix (7Ps) of Cadence Dance & Art Studio at The Eterno Ramkhamhaeng-Romkloa Bangkok.

Keywords : Customer Satisfaction ; Marketing Mix (7Ps) ; Cadence Dance & Art Studio at The Eterno Ramkhamhaeng-Romkloa Bangkok

บทนำ

ในปัจจุบันการศึกษาของไทยมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการแข่งขันทางการศึกษากันมากขึ้น ทั้งในด้านการเรียนวิชาการ และด้านการเรียนวิชาเสริมทักษะพิเศษอื่น ๆ โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมทักษะความสามารถพิเศษนั้นได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับในอดีต เพราะจะช่วยพัฒนาความสามารถทางด้านอารมณ์ ยิ่งในปัจจุบันท่ามกลางกระแสการเติบโตของเทคโนโลยีที่ทำให้ Social Media เข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันทั้งกับผู้ใหญ่และเด็ก ซึ่งหากไม่มีการควบคุมการใช้สื่อ Social Media ของเด็ก อาจจะทำให้เกิดเป็นผลเสียมากกว่าประโยชน์จากการใช้สื่อ Social มากเกินไปได้ หรืออาจใช้ในทางที่ผิด เพราะยังขาดวุฒิภาวะในการตัดสินใจ ดังนั้นผู้ปกครองส่วนใหญ่จึงหันมามุ่งเน้นการส่งเสริมทักษะความสามารถพิเศษของเด็กเพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าว ถือเป็นกรให้เด็กใช้เวลาว่างกับ Social Media ให้น้อยลง และยังสามารถพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์หรือ EQ อีกด้วย โดยศาสตร์ทางการแสดง ดนตรี และศิลปะ ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ปกครองค่อนข้างมั่นใจว่าจะช่วยให้เด็กมีความสามารถ และมีทักษะพิเศษเพิ่มเติมมากขึ้น

ทั้งนี้ หลักสูตรปกติของโรงเรียนส่วนใหญ่ในไทยจะเน้นทางด้านเนื้อหาวิชาการเป็นหลัก และเสริมด้วยศาสตร์ทางศิลป์ ซึ่งแม้ว่านักเรียนไทยในปัจจุบันจะได้เรียนวิชาที่อยู่ในแขนงของศิลปะตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษา แต่โรงเรียนประถมศึกษาส่วนใหญ่จะไม่มีครูสอนดนตรี นาฏศิลป์ และศิลปะ ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางโดยตรง การเรียนการสอนรายวิชาดังกล่าวในโรงเรียนจึงอยู่ในสภาพที่ค่อนข้างล้าหลัง เด็กที่ชอบเรียนวิชาทางสายศิลป์ไม่สามารถที่จะเรียน และพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มที่ เพราะไม่มีครูที่เชี่ยวชาญ นอกจากนี้โรงเรียนส่วนใหญ่มักขาดความพร้อมในเรื่องของอุปกรณ์ จึงทำให้ผู้ปกครองส่วนมากต้องพาลูกหลานไปเรียนเสริมพิเศษนอกเวลาเรียนจากโรงเรียนเอกชนนอกระบบ สถาบัน หรือสตูดิโอต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการทางการเรียนการสอนศาสตร์ทางด้านศิลปะอย่างเฉพาะทาง

โรงเรียนเอกชนนอกระบบ สถาบัน และสตูดิโอต่าง ๆ ที่มีการเปิดให้บริการทางการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับศาสตร์ทางด้านศิลปะ จึงเป็นแหล่งการศึกษาศาสตร์ทางศิลป์ที่มีบทบาทสำคัญ และได้รับการยอมรับจากสังคม เนื่องจากมีศักยภาพ และมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ครบครัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้อย่างสมบูรณ์กว่าการเรียนการสอนของโรงเรียนในระบบ จากสาเหตุทั้งหมดที่ได้กล่าวมาทำให้คนในทุกชนชั้นเริ่มหันมาสนใจการเรียนทางด้านนี้มากขึ้น เห็นได้ชัดเจนจากผู้เรียนหลายกลุ่มหลายวัย ที่มีความสนใจที่จะศึกษาวิชานี้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพราะเป็นวิชาที่มีส่วนในการช่วยพัฒนาทางด้านอารมณ์ และจิตใจให้กับทุกเพศทุกวัย และยังสะท้อนถึงความเจริญทางอารยธรรมแห่งสังคม กล่อมเกล่าจิตใจ และความงดงามของชีวิต คุณค่าของศาสตร์แห่งศิลป์ถือเป็นพลังสร้างสรรค์ สร้างเสริมสมาธิ สติปัญญา และพัฒนาการทางด้านร่างกาย จิตใจ วุฒิภาวะทางอารมณ์ จึงนำไปสู่คุณภาพชีวิตอันสมดุล สถานประกอบการที่เปิดให้บริการการเรียนการสอนทางด้านนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทที่สำคัญในการปลูกฝังทักษะ ความรู้ และค่านิยม เป็นการสร้างสรรค์สังคมไทยให้มีความก้าวหน้าทางด้านศิลปะ

และวัฒนธรรม ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันกับอารยประเทศ และช่วยหล่อหลอมพลังสร้างสรรค์ให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีในสังคม

สถานประกอบการที่เปิดทำการเรียนการสอนเกี่ยวกับศาสตร์ทางด้านศิลปะในปัจจุบันนั้นมีการจัดตั้งขึ้นอย่างหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดสอนเพียงเฉพาะสาขาใดสาขาหนึ่ง อย่างโรงเรียนสอนเต้น โรงเรียนสอนรำไทย โรงเรียนสอนดนตรี โรงเรียนสอนศิลปะ โรงเรียนสอนการแสดง และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งแต่ละโรงเรียนนั้นก็มักจะมีจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในด้านหลักสูตร รูปแบบการเรียนการสอน ผลลัพธ์ที่ได้ รวมไปถึงทำเลที่ตั้ง ซึ่งทุกปัจจัยดังกล่าวล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนให้แก่บุตรหลานของผู้ปกครองทั้งสิ้น

ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นโรงเรียน สถาบัน หรือสตูดิโอต่าง ๆ ที่มีการเปิดให้บริการทางการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับศาสตร์ทางด้านศิลปะ จึงอยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูง เนื่องจากลูกค้าที่ต้องการใช้บริการมีทางเลือกในการเลือกใช้บริการทางการเรียนได้จากหลากหลายแห่ง ทำให้สถานประกอบการต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นต้องหาวิธีการเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้อย่างดีที่สุดเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ และจะต้องทำให้สถานประกอบการของตนสามารถที่จะครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด อันจะนำมาซึ่งผลกำไรซึ่งเป็นเป้าหมายอันสูงสุดของการประกอบธุรกิจ การหาลูกค้าใหม่เพิ่มเติม รวมทั้งการรักษาลูกค้าเดิม เป็นสิ่งที่สถานประกอบการทุกแห่งพยายามดำเนินการ โดยพยายามให้การบริการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว รวมทั้งสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือ รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานประกอบการ และพยายามขยายการบริการทางการเรียนการสอน รายวิชาต่าง ๆ รวมถึงการให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร

Cadence Dance & Art Studio เป็นสตูดิโอที่เปิดให้บริการทางการเรียนการสอนการแสดงและศิลปะ ซึ่งเปิดสอนทั้งเด็กและผู้ใหญ่ โดยพัฒนามาจาก The Thai Dance House by ครูพี่ฟาง ซึ่งเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพุทธศักราช 2557 แรกเริ่มนั้นเปิดสอนเพียงวิชานาฏศิลป์ไทยโดยครูพี่ฟาง ซึ่งเป็นครูสอนนาฏศิลป์ไทยที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางด้านนาฏศิลป์ไทย จากการศึกษาในระดับปริญญาตรีในคณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาศิลปะการแสดง-นาฏศิลป์ไทยโดยตรง ต่อมาครูพี่ฟางได้มุ่งพัฒนาสถานประกอบการสู่การเป็นสตูดิโอที่มีการเปิดสอนศาสตร์ทางด้านศิลปะครบทุกแขนง ภายใต้แนวคิด “The Magic of Arts” ที่มองว่าความสามารถทางศิลปะคือพรสวรรค์ที่มนุษย์ทุกคนมีติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดเปรียบดั่งเวทมนตร์ซึ่งเป็นพลังวิเศษที่แฝงอยู่ในตัวตนของแต่ละคน การได้มาเรียนที่สตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio จึงไม่เพียงแต่เป็นการเสริมสร้างความรู้ และพัฒนาความสามารถ แต่ยังเป็นสถานที่ที่จะช่วยค้นหาความสามารถทางศิลปะที่อาจแฝงอยู่ในตัวตนของแต่ละคนเพื่อดึงศักยภาพนั้นออกมาฝึกฝนอย่างถูกวิธี และพัฒนาต่อไปในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปัจจุบัน Cadence Dance & Art Studio เปิดทำการเรียนการสอนแล้วทั้งสิ้น 6 รายวิชา ได้แก่ นาฏศิลป์ไทย ดนตรีไทย นาฏศิลป์สากล ดนตรีสากล การแสดง และศิลปะ โดยมีเปิดสอนหลากหลายแขนงวิชาอย่าง

ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นดนตรีไทยที่เปิดสอนทั้งซิม จะเข้ ซอด้วง ซออู้ ซอด้วง นาฏศิลป์สากลเปิดสอน Ballet, Free Style Dance, K-pop Dance, Stretching ดนตรีสากลเปิดสอนกีตาร์ เบส ออคูเลด เปียโน รวมถึงร้องเพลง ในส่วนของวิชาการแสดงจะมุ่งเน้นทั้งหลักการแสดง การพัฒนาบุคลิกภาพ และวิชาศิลปะ มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่มุ่งพัฒนาความคิดสร้างสรรค์อย่างหลากหลาย ทั้งการวาด การลงสี การปั้น การประดิษฐ์ ฯลฯ โดยมีครูผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางของแต่ละสาขาเป็นผู้สอนโดยตรง นอกจากนี้ Cadence Dance & Art Studio ยังให้บริการแต่งหน้า-ทำผม จัดหาชุดไทย และเครื่องแต่งกายสำหรับการแสดงต่าง ๆ ให้เช่า และซื้อ บริหารจัดการแสดงโชว์หลากหลายรูปแบบในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานเทศกาล งานกิจกรรม ฯลฯ โดยเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.00 น.-20.00 น. ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และเวลา 14.00 น.-20.00 น. ทุกวันจันทร์-ศุกร์



ภาพที่ 1 สตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio
สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ในฐานะที่ Cadence Dance & Art Studio เป็นสตูดิโอที่เปิดให้บริการทางด้านการเรียนการสอน ศาสตร์ทางด้านศิลปะแห่งหนึ่ง จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะพบกับภาวะมีการแข่งขันทางธุรกิจ การที่จะรักษาลูกค้า เดิมไว้พร้อม ๆ กับการหาลูกค้าใหม่ของสตูดิโอจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และมีความจำเป็นอย่างยิ่งใน การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม ลักษณะประชากร เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นข้อมูลในการวางแผนการจัดการ และพัฒนาส่วนประสม ทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะประชากร

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการทุกประเภทกับสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 210 คน (ข้อมูลอ้างอิงจากสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2562) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการใช้วิธีคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973) ซึ่งที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 คน

2. การศึกษานี้เป็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากรที่มารับบริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้ และส่วนที่สองทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-รามเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-รามเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะประชากร

ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และลักษณะประชากร ดังนี้

(ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของความสุขและความคุ้มค่าที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยความรู้สึกดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำ จนในที่สุดเกิดความประทับใจ และเกิดความต้องการที่จะใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ทรานานแท่ที่ความพึงพอใจยังคงอยู่ หรือเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น

(สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์, 2540) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุข หรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคลซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใด ๆ นั้น

ดังนั้น ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกทางบวกที่เกิดจากการใช้บริการ โดยที่บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ในระดับเดียวกันหรือสูงกว่าที่ผู้บริโภคนั้นคาดหวังไว้

(วรุตม์ ประไพพิกตร์, 2556 อ้างถึงในภักธีรา ประพฤติธรรม, 2559) กลยุทธ์การบริหารการตลาดที่ได้รับความนิยมมาหลายทศวรรษ เป็นแนวคิดหลักที่ใช้ในการพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญในการตอบสนองต่อตลาดได้อย่างเหมาะสม โดยเริ่มต้นที่ธุรกิจต้องมีสิ่งที่จะนำเสนอต่อลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทำการตั้งราคาเหมาะสม หาวิธีการนำส่งถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และหาวิธีการสื่อสารเพื่อจะสร้างข่าวสาร และกระตุ้นให้เกิดการซื้อด้วยการทำการส่งเสริมการตลาด ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ถือว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดสำคัญที่เป็นที่รู้จักกันดี ซึ่งรวมเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

ดังนั้น ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) หมายถึง เครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้ในธุรกิจทางด้านบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยมีองค์ประกอบทั้งสิ้น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

(สุจินดา เยาวกุลพัฒนา, 2560) กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกที่แตกต่างกัน มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง

(ภัทธีรา ประพฤติธรรม, 2559) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นิยมนำมาใช้ศึกษากันมากที่สุดในการแบ่งส่วนการตลาดตามกลุ่มผู้บริโภค โดยอาศัยตัวแปรศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ศาสนา ขนาดครอบครัว หรือวงจรชีวิตครอบครัวนั้น นำมาวางแผนกำหนดกลยุทธ์สร้างความต้องการหรือจูงใจ ให้ผู้บริโภคอยากใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริษัทนำเสนอเพื่อให้เข้าถึงและตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงมากที่สุด เพราะจะทำให้พนักงานการตลาดนั้นสามารถประเมินขนาดของตลาดเป้าหมายได้ตามสัดส่วนที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นผู้วิจัยให้ความหมายของประชากรศาสตร์ หมายถึง การอธิบายตามลักษณะความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eternoramคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถจำแนกตามลักษณะประชากรได้ ดังนี้

ด้านเพศ

(สุภัทราวดี สีทองเสื่อ, 2559) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ต่างกัน

ด้านอายุ

(กุลธิดา ก้าวสัมพันธ์, 2560) ศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอายุไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ

ด้านการศึกษา

(พลอยปภัศ เสนานุช, 2553) ได้ศึกษาผลการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของผู้ปกครอง ในเขตพื้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่างกันจะพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

ด้านสถานภาพ

(ปริยานุช นวลขาว, 2558) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ร้านดอยช้างในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าสถานภาพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ร้านดอยช้าง อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านรายได้

(กานดา เสือจำศีล, 2555) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี พบว่าระดับรายได้ที่ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional Study) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรในการวิจัย คือ ลูกค้ายกมาใช้บริการทุกประเภทกับสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno งามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 210 คน (ข้อมูลอ้างอิงจากสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno งามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้มาจากการใช้วิธีคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973) ซึ่งที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจเป็นคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด โดยแบ่งแบบสอบถามปลายปิดเป็น 2 ส่วน และแบบสอบถามปลายเปิดเป็น 1 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากรที่มารับบริการ ประกอบด้วยเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้ มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 27 ข้อ โดยกำหนดให้ 5 = ระดับความพึงพอใจมากที่สุด, 4 = ระดับความพึงพอใจมาก, 3 = ระดับความพึงพอใจปานกลาง, 2 = ระดับความพึงพอใจน้อย, 1 = ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เพื่อสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มารับบริการว่าควรมีการจัดกิจกรรมหรืออะไรอื่น ๆ อีกบ้าง เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจต่อการได้รับบริการมากยิ่งขึ้น มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 1 ข้อ

ช่วงเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินความพึงพอใจ กำหนดให้ 4.21-5.00 = ระดับความพึงพอใจมากที่สุด, 3.41-4.20 = ระดับความพึงพอใจมาก, 2.61-3.40 = ระดับความพึงพอใจปานกลาง, 1.81-2.60 = ระดับความพึงพอใจน้อย, 1.00-1.80 = ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรที่ประกอบด้วยด้านเพศ ด้านอายุ ด้านการศึกษา ด้านสถานภาพ และด้านรายได้

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่ระดับการวัดเชิงประมาณ ซึ่งได้แก่ ความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรด้านเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรด้านอายุ ด้านการศึกษา ด้านสถานภาพ และด้านรายได้ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และหากการวิเคราะห์พบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม พบว่าลูกค้าของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) โดยรวมในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านบุคคล

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

2.1 ลักษณะประชากรของลูกค้าด้านเพศ อายุ สถานภาพ และรายได้ที่ต่างกันทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม ไม่ต่างกัน

2.2 ลักษณะประชากรของลูกค้าด้านการศึกษาที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม ต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าลูกค้าของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านพนักงาน และครูผู้สอนแต่งกายสุภาพมีความอ่อนน้อม เอาใจใส่ และกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของภทธีรา ประพฤติธรรม (2559) ที่ได้กล่าวถึงบุคคลว่าเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์เพื่อให้บริการผู้บริโภคโดยตรง ธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องมีการสนับสนุนส่งเสริมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญในสายงาน บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ ทั้งนี้เพราะความมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพูดจาดี มีความรู้ในการให้คำแนะนำกับผู้บริโภค การแต่งกายที่เหมาะสม ความสุภาพ ความสนใจ และความกระตือรือร้นในการบริการ

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วยด้านเพศ ด้านอายุ ด้านการศึกษา ด้านสถานภาพ และด้านรายได้ สามารถสรุปได้ว่าลักษณะประชากรของลูกค้าด้านการศึกษาที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าลูกค้าที่มีลักษณะประชากรด้านศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) แตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของมนัส ศุภรจิตพร (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องตีแม่ประเภทกาแพคั่วบด ในเขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมเหมราฮือสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง พบว่าระดับการศึกษามีผลต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์สำหรับสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านประชากรด้านเพศ อายุ สถานภาพ และรายได้ที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม ไม่ต่างกัน

2. ลูกค้าของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านประชากรด้านการศึกษาที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยเห็นว่าความพึงพอใจของลูกค้าของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่ส่งผลกับลักษณะประชากรด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ และรายได้ แต่ส่งผลด้านการศึกษา คือการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังนั้นสตูดิโอสอนการแสดงและศิลปะ Cadence Dance & Art Studio สาขา The Eterno รามคำแหง-ร่มเกล้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร ต้องมีการวางแผนการจัดการและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ทั้ง 7 ด้านของสตูดิโอ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการศึกษาในระดับต่าง ๆ ให้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กุลธิดา ก้าวสัมพันธ์. (2560). *การส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระ. คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- ปริญานุช นวลขาว. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ร้านค๋อยช้าง ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. สารนิพนธ์. บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม
- ภัทธีรา ประพฤติธรรม. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟพร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการตลาด, มหาวิทยาลัยสยาม
- สุจินดา เขาวกุลพัฒนา. (2560). *กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคาร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สุภัทราวดี สีสองเสื่อ และคณะ. (2559). *พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์*. นักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

