

ปัจจัยการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้าน  
กาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS OF SERVICES MARKETING RELATED TO CONSUMER  
SATISFACTION TOWARDS BAND CAFE AMAZON IN PTT PETROL  
STATIONS IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA, THAILAND

พัชรีวรรณ ขจรอินทร์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Patchareewan Khajornin

Email: Patchareewan.por@gmail.com

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานของลูกค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาการตลาดบริการของร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นลูกค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท มีตำแหน่งงานเป็นพนักงาน ในส่วนของปัจจัยลักษณะของประชากรกลุ่มลูกค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขต

กรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ อาชีพ ตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในตราสินค้า ร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในตราสินค้า ร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** การตลาดบริการ; ร้านกาแฟ อเมซอน; สถานีบริการน้ำมันปตท.

## ABSTRACT

The purpose of this research was (1) To study demographic characteristics including gender, age, employment, income and job title of Café Amazon consumer in PTT Petrol stations in the Bangkok metropolitan area, Thailand. (2) To study services marketing of Café Amazon in PTT Petrol stations in the Bangkok metropolitan area, Thailand. (3) To study demographic characteristics and services marketing related to consumer satisfaction towards brand Café Amazon in PTT Petrol stations in the Bangkok metropolitan area, Thailand. The sample group used in this research is 400 people in Bangkok who is a consumer Café Amazon in PTT Petrol stations using a questionnaire as a tool for data collection. The statistics used in the analysis are percentage, frequency, mean and standard deviation. The hypothesis test is used to compare the test statistics using the t-test to test the hypothesis with one-way ANOVA. If differences are found, they are compared on a pair basis. By using LSD methods and using multiple regression statistics.

The results found that the majority of participants were Female with 26-35 years of age. They have a career as a private company, earned an average monthly income between 10,001-20,000 baht and officer level. Population characteristics, consumer groups of Café Amazon in PTT Petrol stations in Bangkok with different gender, age, employment and job title. There was a relationship with Café Amazon brand satisfaction in PTT Petrol stations different in Bangkok at the significant level of 0.05. And factors of services marketing containing product aspect, price aspect, distribution channel and service processes. There was a relationship with Café Amazon brand satisfaction in PTT Petrol stations in Bangkok at the significant level of 0.05.

**Keyword:** Services Marketing; Café Amazon; PTT Petrol stations

## บทนำ

กาแฟ เป็นเครื่องดื่มที่คนไทยรู้จักและบริโภคมาเป็นเวลานาน ปัจจุบันคนไทยนิยมบริโภคกาแฟสด และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้นักลงทุนจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจ

ร้านกาแฟ สภาพการแข่งขันในตลาดโดยรวมมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างมาตรฐานให้กับสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2550) ปัจจุบันร้านกาแฟสดที่ได้รับความนิยมเป็นส่วนใหญ่ นอกจากจะเป็นร้านกาแฟสด ที่ตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้าแล้ว ยังมีร้านกาแฟสดประเภทที่ตั้งอยู่ตามสถานีบริการน้ำมันต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เนื่องจากร้านกาแฟสดเหล่านี้จะเป็นทางผ่านสำหรับผู้เดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันร้านกาแฟสดในสถานีบริการน้ำมันมีการเปิดให้บริการจำนวนมาก เมื่อเทียบกับในช่วงหลายปีที่ผ่านมาแล้วที่จะเปิดให้บริการเฉพาะสถานีบริการน้ำมันที่มีขนาดใหญ่เท่านั้น โดยร้านกาแฟในสถานีบริการน้ำมันจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นตามสาขาของสถานีบริการน้ำมันที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน ซึ่งเป็นร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

ร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน เป็นธุรกิจในเครือของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยถูกออกแบบร้านให้มีแนวคิดแบบร้านกาแฟสดที่มีความร่มรื่นท่ามกลางต้นไม้ขนาดใหญ่ โดยทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์ให้ร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน เป็นแหล่งพักผ่อนของลูกค้าที่เข้ามาเติมน้ำมันภายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์ให้ร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอนดึงดูดให้ลูกค้าแวะเวียนเข้ามาเติมน้ำมันในสถานีเพิ่มขึ้นอีกด้วย ซึ่งทาง ปตท. พยายามขยายร้านในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ให้ครอบคลุมมากที่สุด เนื่องด้วยร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน เป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

ดังนั้น เพื่อศึกษาความสำเร็จในการทำธุรกิจประเภทกาแฟสด ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถเสนอบริการให้ลูกค้าได้อย่างตรงจุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงาน ของลูกค้าร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอนในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตลาดบริการของร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอนในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ของการวิจัย

1. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษา เพื่อปรับปรุงการบริการด้านต่าง ๆ ของร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอนทั้งที่อยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และนอกเขตสถานีบริการน้ำมัน
2. เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถใช้ประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้ในการประกอบธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถนับจำนวนได้ กลุ่มตัวอย่างจึงหาได้จากจำนวนประชากรที่คำนวณตามตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) และได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

2. ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้ อยู่ระหว่าง เดือน ธันวาคม ปี 2563 - เดือนมกราคม ปี 2564

3. ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ การตลาดบริการ และความพึงพอใจของลูกค้า ต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### ตัวแปรต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

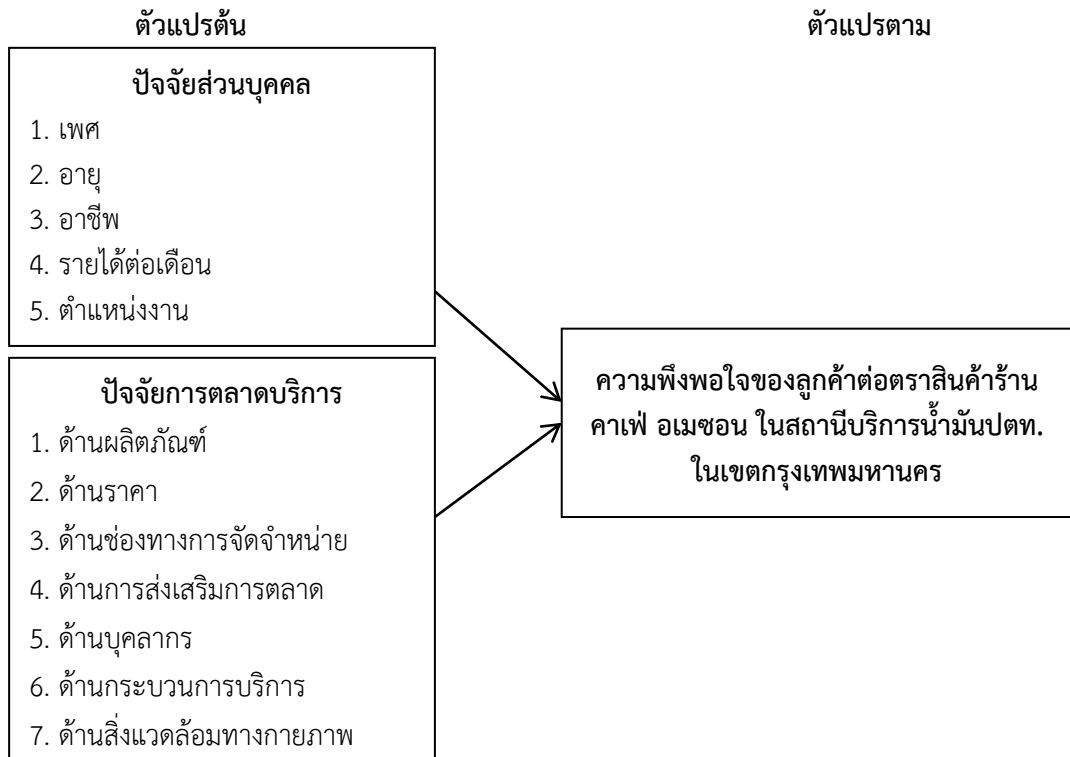
ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานการวิจัย

1. ลูกค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในตราสินค้า ร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

2. ปัจจัยการตลาดบริการด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในตราสินค้า ร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

## กรอบแนวคิดการวิจัย



## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อรวบรวมข้อมูลและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชากรในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  ที่ค่า  $\infty$  ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยจะเลือกกลุ่มประชากรตัวอย่างแบบบังเอิญ

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดบริการ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการบริการ ด้าน

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำนวน 35 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (1 = น้อยที่สุด และ 5 = มากที่สุด)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่า (1 = น้อยที่สุด และ 5 = มากที่สุด)

### 3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

นำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงและร่างแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นตามคำแนะนำ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อทำการตรวจสอบคำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งถ้าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคแต่ละตัวแปรไม่ถึง 0.7 ต้องทำการทบทวนข้อคำถามใหม่ โดยวิธีตัดข้อคำถามหรือปรับปรุงข้อคำถามใหม่

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม จำนวน 400 ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มประชากรตัวอย่าง คือ ลูกค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และใช้วิธีการส่งแบบสอบถาม Google Forms ไปยังกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม
2. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับ
3. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์คำนวณผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

### 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

### ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานสามารถ สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.3 ส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.8 มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยที่สุดคือ 46 - 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.0 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.3 และมีตำแหน่งงานเป็น พนักงาน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รวมถึงมีตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่าย คิดเป็นร้อยละ 3.0

จากการศึกษาผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยด้าน

ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.47	0.782	ระดับมาก
ด้านราคา	3.68	0.677	ระดับมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.57	0.877	ระดับมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.85	0.686	ระดับมาก
ด้านบุคลากร	3.80	0.690	ระดับมาก
ด้านกระบวนการบริการ	3.80	0.706	ระดับมาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.82	0.673	ระดับมาก
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>0.765</b>	<b>ระดับมาก</b>

ผลของการวิเคราะห์พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดบริการ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และ S.D. = 0.765 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการตลาดบริการของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากทั้ง 7 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

2. ผลการเปรียบเทียบการความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ลูกค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ อาชีพ ตำแหน่งงาน ต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

2.2 ลูกค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.287	5.313	0.000*
2. ด้านราคา	0.231	4.908	0.000*
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	0.136	2.577	0.010*
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	-0.083	-1.769	0.078
5. ด้านบุคคล	0.082	1.431	0.153
6. ด้านกระบวนการบริการ	0.155	3.131	0.002*
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0.024	0.490	0.625
<b>ค่าคงที่</b>	<b>0.893</b>	<b>4.236</b>	<b>0.000*</b>

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอย ตามสมการมีตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 7 ตัวแปร โดยมีตัวแปรอิสระจำนวน 4 ตัวแปร ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการ และด้านสถานที่จัดจำหน่าย ตามลำดับ โดยค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.879 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 19.0 และปัจจัยการตลาดบริการด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

### อภิปรายผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานของลูกค้าร้านกาแฟ อเมซอนในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าร้านกาแฟ อเมซอนในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ อาชีพ ตำแหน่งงานต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน เนื่องจากปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันอาจเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวัน หรือความนิยมในการดื่มกาแฟที่ต่างกันกันไปอีกด้วย เช่น เพศหญิง ที่อาจจะมีการใส่ใจในรายละเอียดของร้านกาแฟ อเมซอนในสถานีบริการน้ำมันปตท. มากกว่าเพศชาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิริประภา นพชยยา, 2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านกาแฟอเมซอน ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีบริการ น้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (อริศกิตต์ สีนธูรทัส, 2561) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 Ps) ของร้านกาแฟสดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับประเภทเครื่องดื่มที่นิยมบริโภค ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการของร้านกาแฟสด



จากผลการศึกษาการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการ และด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ฐาริตา สมแก้ว, 2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อสินค้า ร้านกาแฟ อเมซอน ของผู้บริโภค ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านบุคลากร สามารถร่วมกันพยากรณ์ความภักดีต่อตราสินค้านร้านกาแฟ อเมซอน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ได้แก่ ปัจจัยลักษณะทางกายภาพภายในสถานีรถไฟฟ้า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ควรเพิ่มสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และควรเพิ่มรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยเหมาะสมกับการแข่งขันทางการตลาดในยุคปัจจุบัน เนื่องจากปัจจุบันการตลาดออนไลน์มีมากขึ้น
2. ด้านราคา ร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ควรปรับปรุงราคากาแฟให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของแต่ละชนิด คัดราคาสินค้าที่แตกต่างกันออกไปโดยดูจากคุณภาพของสินค้า
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านกาแฟ อเมซอน ควรขยายสาขาในห้าง รวมทั้งช่องทางอื่นนอกเหนือจากในสถานีสบริการน้ำมันปตท. เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้เพิ่มมากขึ้นเน้นรูปแบบกาแฟที่สามารถถ่ายรูปได้ มีการตกแต่งที่สวยงาม จับกลุ่มลูกค้า Gen-Y และ Gen-Z เพิ่มมากยิ่งขึ้น
4. ด้านกระบวนการบริการ ร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ควรจะมีการปรับปรุงระบบการให้บริการให้มีความสะดวกรวดเร็วและทันสมัยให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและเป็นการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตเฉพาะกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายการศึกษาไปยังจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. และความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีให้ต่อร้านกาแฟ อเมซอน ในสถานีสบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

## เอกสารอ้างอิง

- ฐาริตา สมแก้ว. (2562) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อสินค้า ร้านกาแฟอเมซอน ของผู้บริโภค ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริประภา นพชยา. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการ น้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2550). ความนิยมกาแฟไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2563, <http://www.ksmcare.com/>
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิศกิตต์ สีนธูหส์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของร้านกาแฟสดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหงจังหวัดสงขลา.
- Yamane, T. (1967). *Statistic: An introductory analysis*. New York: Harper & Row.