

# ความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่เมซอน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## Customer Satisfaction of Cafe' Amazon's beverage (coffee) in Krung Thep Maha Nakhon (Bangkok) and Region Area

เกวลิน ขวาลไพบูลย์ ผู้รับผิดชอบบทความ  
Gawalin Chawalpaiboon, Corresponding author

โครงการศึกษาภาคพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
"Innovative Marketing by MBA for IT-Smart Program" Ramkhamhaeng University  
\*Corresponding author e-mail, [6514193005@ru.ac.th](mailto:6514193005@ru.ac.th)

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่เมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่ เมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) 2.) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลกับความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่เมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่เมซอนในรูปแบบนอกสถานีนั่งร้านและห้างสรรพสินค้า (Stand Alone) แบบนำไปบริโภคที่อื่น (Take away) จำนวน 401 คน ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ที่มีความเชื่อมั่น (Reliability) เก็บข้อมูลระหว่าง 1 ตุลาคม 2567 ถึง 30 พฤศจิกายน 2567 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent sample t-test, One way ANOVA และ Multiple Regression Analysis ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพข้าราชการ/เกษียณ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ/องค์กรอิสระ/เกษียณ รายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากร ด้านอายุ และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จำนวน 5 ด้าน เรียงลำดับตามความมีอิทธิพล ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่เมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p < 0.05$  ผลการวิจัยจึงเป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้างต้น โดยมีข้อเสนอแนะให้ร้านรักษามาตรฐานและคุณภาพของปัจจัยทั้ง 5 ด้านดังกล่าว เพื่อภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความประทับใจให้ผู้บริโภค ทำให้สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ในสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) , คุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ)

## บทนำ

สืบเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (นนทบุรี นครปฐม ปทุมธานี สมุทรปราการและสมุทรสาคร) มีประกาศ/คำสั่ง (ระหว่างปี พ.ศ. 2563 – 2565) เกี่ยวกับการปิดสถานที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นการชั่วคราว ทำให้ข้อมูลธุรกิจกาแฟต่างๆ รวมถึงร้านคาเฟ่กาแฟโอเมซอนเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะข้อมูลที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูลด้านประชากร ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่โอเมซอน จึงจำเป็นต้องวิจัยความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่โอเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เฉพาะร้านนอกสถานีน้ำมันและห้างสรรพสินค้า (Stand alone) ในรูปแบบนำไปบริโภคที่อื่น (Take away)

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่ โอเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่โอเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ)

## ขอบเขตของการวิจัย

**ประชากร** ประกอบด้วยผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (นนทบุรี นครปฐม ปทุมธานี สมุทรปราการและสมุทรสาคร) เป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มกาแฟแบบนำไปบริโภคที่อื่น (Take away) ของร้านกาแฟคาเฟ่โอเมซอนนอกสถานีน้ำมันและห้างสรรพสินค้า (Stand alone) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

**กลุ่มตัวอย่าง** สุ่มตัวอย่างจากประชากรที่กำหนด สุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) เป็นแบบสะดวก (Convenience sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 401 คน เก็บข้อมูลระหว่าง 1 ตุลาคม 2567 ถึง 30 พฤศจิกายน 2567 จากแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของ Cronbach's Alpha ที่มีค่าไม่ควรต่ำกว่า 0.7

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Design Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่โอเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close Questionnaire) ผ่าน Google Form ซึ่งจะทำให้ได้รับข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยตรงจากผู้ตอบแบบสอบถาม

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** ดำเนินการผ่าน Google Form ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2567 ถึง 30 พฤศจิกายน 2567 จากแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire)

**สถิติที่ใช้** ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ร้อยละ Mean, Standard Deviation, Independent sample t-test, One way ANOVA และ Multiple Regression Analysis

**การวิเคราะห์ข้อมูล** เพื่ออธิบายลักษณะประชากรและระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จากแบบสอบถามออนไลน์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

แบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนด มีคำถามรวม 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ มีคำถามรวม 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรและด้านลักษณะกายภาพ มีคำถามรวม 35 ข้อ ปัจจัยทุกด้านใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale ตามรูปแบบของ Likert Scale โดยผู้ตอบแสดงความคิดเห็นด้วยการเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่ อเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้บริโภค (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (Empathy) มีคำถามรวม 22 ข้อ ทุกปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale ตามรูปแบบของ Likert Scale โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว และได้กำหนดเกณฑ์การแปลค่า จาก Likert Scale เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่ อเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ)

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent sample t-test และ One way ANOVA

สมมติฐาน ที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่ อเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านคุณภาพการให้บริการ

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

#### ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่ อเมซอนจำแนกตามอายุ

|                | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig.  |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| Between Groups | 4.763          | 5   | 0.953       | 3.103 | 0.009 |
| Within Groups  | 121.249        | 395 | 0.307       |       |       |
| Total          | 126.012        | 400 |             |       |       |

จากตารางที่ 1 วิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 ด้วย One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่ อเมซอนจำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สนับสนุนสมมติฐานที่ 1

**ตารางที่ 2** ความมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ  
เครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่เมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านคุณภาพการให้บริการ

| Model                                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.(p) |
|----------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|---------|
|                                        | B                           | Std. Error | Beta                      |       |         |
| (Constant)                             | 0.102                       | 0.105      |                           | 0.974 | 0.331   |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์                       | 0.073                       | 0.033      | 0.073                     | 2.165 | 0.031*  |
| 2. ด้านราคา                            | 0.031                       | 0.027      | 0.037                     | 1.164 | 0.245   |
| 3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย | 0.006                       | 0.032      | 0.006                     | 0.174 | 0.862   |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด              | 0.07                        | 0.024      | 0.089                     | 2.896 | 0.004*  |
| 5. ด้านกระบวนการบริการ                 | 0.207                       | 0.035      | 0.213                     | 5.984 | 0*      |
| 6. ด้านบุคลากร                         | 0.277                       | 0.026      | 0.331                     | 10.71 | 0*      |
| 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ                 | 0.305                       | 0.034      | 0.329                     | 8.979 | 0*      |

จากตารางที่ 2 วิเคราะห์สมมติฐานที่ 2 ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p < 0.05$  นั่นคือ สนับสนุนสมมติฐานที่ 2

### สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ/องค์กรอิสระ/เกษียณ รายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรเฉพาะด้านอายุมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) และ สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) จึงบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2003, p. 24) ที่ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้โดยกิจการใช้ดำเนินการเพื่อให้ตอบสนองและก่อให้เกิดความพึงพอใจให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายของกิจการ แต่ในกรณีนี้มีส่วนประสมทางการตลาดเพียง 5 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับ ผลการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี (กานดา เสือจำศีล. 2555) ที่ได้แสดงให้เห็นถึงลักษณะด้านประชากรที่ใช้บริการร้านกาแฟสดอเมซอนในจังหวัดปทุมธานีและให้ความสำคัญโดยรวมมากที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือ หมายถึงสถานที่ (Place) ใน 7Ps รวมถึงสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านกาแฟคั่วพิเศษของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ (มุกดาการ สุวรรณเสาร์ . 2564) พบว่า ประสิทธิภาพโดยรวมของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านกาแฟคั่วพิเศษของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงานและด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาด้านประชากรพบว่าเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านกาแฟคั่วพิเศษของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ที่แตกต่างกัน ยกเว้น สถานภาพ การศึกษาและรายได้ ที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และงานวิจัยของการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาด และความจงรักภักดีของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟอเมซอน สาขาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (นายชำนาญ สุทรวงศ์ . 2558) โดยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟอเมซอน สาขาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมของร้าน (ด้านทางกายภาพ) ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของ 7Ps ตามของ Kotler (2003, p. 24) คือลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์มีดังนี้

- ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยประชากร ด้านอายุ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านกาแฟอเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) โดยเปรียบเทียบรายคู่ระหว่าง กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 20 – 29 ปี และ 50 – 59 ปี ผลการเปรียบเทียบรายคู่มีความแตกต่างกันและ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างกลุ่มอายุ 20 – 29 ปี กับ 30 – 39 ปี และ 40 – 49 ปี ก็มีผลแตกต่างกัน อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ร้านจึงควรให้ความสำคัญกับทุกกลุ่มอายุ โดยการศึกษาหาความต้องการของทุกกลุ่มอายุเพื่อนำไปสู่การซื้อซ้ำและมุ่งให้เกิดความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์ (Customer Loyalty)
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จำนวน 5 ด้าน มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้านกาแฟอเมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) จากการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพ และระดับมากกับปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

และด้านผลิตภัณฑ์ ร้านจึงควรรักษามาตรฐานและคุณภาพ ของปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ให้คงไว้ซึ่งคุณภาพที่ดี สร้างภาพลักษณ์ให้ร้านอยู่ในระดับดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้ร้านสามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ในสถานการณ์ ปัจจุบันและอนาคต

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จำนวน 2 ด้าน ที่ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟร้าน คาเฟ่เมซอนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านคุณภาพการให้บริการ (5 องค์ประกอบ) จากการ วิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นให้ความสำคัญ ระดับมากกับปัจจัยด้านราคาและระดับมากที่สุด กับปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นข้อมูลปัจจัยด้านราคาและด้านสถานที่หรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย จึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญที่จะนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์เพื่อพัฒนาร้าน แต่ร้านควรเฝ้า ระวังโดยการรักษาคุณภาพให้คงไว้ไม่ให้คุณภาพลดลงหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงลบ
- ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ระดับมาก ในการใช้บริการเครื่องดื่มกาแฟ ร้านคาเฟ่เมซอน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 องค์ประกอบ ร้านจึงควรรักษา คุณภาพเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภค

## เอกสารอ้างอิง

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (อัศวิน ขวัญเมือง). (2563). ประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่อง สั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว (ฉบับที่ 4). กรุงเทพมหานคร

ผู้ว่าราชการจังหวัดนนทบุรี (สุจินต์ ไชยชุมศักดิ์). (2563). คำสั่งจังหวัดนนทบุรีที่ 786 / 2563 เรื่อง สั่งปิดสถานที่เป็นการ ชั่วคราว (ฉบับที่ 3). นนทบุรี

ผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม (สุรศักดิ์ เจริญศิริโชติ). (2564). ประกาศจังหวัดนครปฐม ฉบับที่ 74 / 2564 เรื่อง มาตรการ ควบคุมแบบบูรณาการเพื่อป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม. นครปฐม

ผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี (ชัยวัฒน์ ชื่นโกสุม). (2564). คำสั่งจังหวัดปทุมธานี ที่ 12430/2564 เรื่อง ปิดสถานที่ ซึ่งมี โอกาสเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดและมาตรการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19). ปทุมธานี

ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรปราการ (วันชัย คงเกษม). (2564). ประกาศจังหวัดสมุทรปราการ เรื่อง มาตรการป้องกันและ ยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จังหวัดสมุทรปราการ (ฉบับที่ 9). สมุทรปราการ

ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสาคร (วีระศักดิ์ วิจิตร์แสงศรี). (2564). คำสั่งจังหวัดสมุทรสาคร ที่ 2097 / 2564 เรื่อง มาตรการ ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) (ฉบับที่ 77). สมุทรสาคร

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (อัศวิน ขวัญเมือง). (2564). ประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่อง สั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว (ฉบับที่ 39). กรุงเทพมหานคร

เอกสารประกอบการบรรยาย วิชา BUS 6016 (วิธีวิจัยทางธุรกิจ) . **Business Research Methodology**. โครงการพิเศษ  
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต M.B.A. for IT-SMART Program Innovative Marketing . Ramkhamhaeng  
University

นาย ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์ (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.

นายชำนาญ สุทธวงศ์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาด และความจงรักภักดี  
ของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟอเมซอน สาขาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตร  
บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กานดา เสือจำศีล. (2555). พฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี . การ  
ค้นคว้า อิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สุทธาพัฒน์ อมรเรืองตระกูล, ชณัฏฐณิศา กิจต์ประเสริฐ, เสาวรัตน์ บรรยงพัฒนะ, ประเชิญ ตีเยปัญญนิตย์4 (2564). การ  
จัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. วารสารการ  
อาชีวศึกษาศากลาง.

บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) (2560). เกี่ยวกับ คาเฟ่ อเมซอน. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2568 จาก  
<https://www.cafe-amazon.com/about.aspx?>

Marketingoops (2561). เทียบฟอร์ม!! คาเฟ่ อเมซอน VS สตาร์บัคส์ สิกขิงตลาดกาแฟ 3 หมื่นล้าน. สืบค้นเมื่อ 27  
กรกฎาคม 2567 จาก <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/cafe-amazon-2/>

บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) . เกี่ยวกับ OR . สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2567 จาก  
[https://www.pttor.com/th/sustainability/sustainability\\_page/Business-Overview](https://www.pttor.com/th/sustainability/sustainability_page/Business-Overview)

กรุงเทพธุรกิจ (2567) . OR ผลงาน Q1/67 พุ่ง 25% ปันกำไรสุทธิได้ 3,723 ล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2567  
จาก <https://www.bangkokbiznews.com/finance/stock/1125863>

ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม  
2567, จาก <http://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2019/03/Marketing-mix7Ps-and-Service-factors-Affecting-to-the-satisfaction-of-patients-of-Huacheiw-compress.pdf>

เอื้องฟ้า ภายธัญลักษณ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการและบริโภคเครื่องดื่ม ร้านสตาร์บัคส์ (Starbucks). สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2567, จาก

[https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU\\_2016\\_5802030220\\_5815\\_4233.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802030220_5815_4233.pdf)

มุกดาการ สุวรรณเสาร์. (2564). ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านกาแฟคัฟตี๋ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์  
ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2567, จาก <http://www.mpam-ba.ru.ac.th/images/Project/sisaket02/6327952016.pdf>

วิชชุดา ขุนฤทธิ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม  
2567, จาก [http://www.mbaphangnga-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2563-1-3\\_1631034832.pdf](http://www.mbaphangnga-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2563-1-3_1631034832.pdf)