

ชื่อโครงการ ความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก

แหล่งเงิน วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประจำปีงบประมาณ 2557 จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 130,000 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2556 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2557

หัวหน้าโครงการ รองศาสตราจารย์ กตัญญู หิรัญญสมบุญ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ร่วมโครงการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษารั้งนี้ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร้านสเต็กมวกเหล็กในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กจากความคิดเห็นของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวเป็นลูกค้าของร้านสเต็กมวกเหล็กในประเทศไทย ตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าจำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล นำผลที่ได้มาวิเคราะห์โดยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้ t-test, F-test ตามด้วย LSD

ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าส่วนใหญ่มารับประทานสเต็กที่ร้านสเต็กมวกเหล็ก เพราะมีเมนูหลากหลายและเป็นอาหารแนะนำของแหล่งท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่จะรับประทานสเต็กเนื้อ หมู สเต็กเนื้อวัว สเต็กชีฟู้ด และสเต็กไก่ ตามลำดับ ซึ่งไม่ได้รับประทานบ่อย โดยราคาในการรับประทานต่อครั้งอยู่ระหว่าง 301 ถึง 500 บาท และเวลาในการรับประทานไม่นานนัก มักจะแวะรับประทานในร้านที่แวะได้สะดวกมากที่สุด โดยรับประทานกับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่

ความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่พบคือ 1) ความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ ได้แก่ ความสามารถจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบนโต๊ะ ความสามารถในการจัดรายการอาหารได้หลากหลาย ความสามารถปรุงสเต็กได้ตามลูกค้าสั่ง 2) ความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยเน้นไปที่ความสดของวัตถุดิบ และ 3) ความสามารถหลักด้านการครองตลาดคือการเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และระดับการศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: สเต็กมวกเหล็ก ความสามารถหลัก พฤติกรรมผู้บริโภค ความสามารถหลักด้านการปฏิบัติ

หน้าที่ และความสามารถหลักด้านการครองตลาด

Research Title: Core Competency of Muaklek Steakhouse

Source of Fund: Administrative and Management College, KMITL

Academic Year: 2014 (Budget 130,000 Baht)

Period of Time: 1 year (October 1, 2013 - September 30, 2014)

Researcher: Associate Professor Katanyu Hiransomboon

Faculty: Administrative and Management College, KMITL.

Co-researcher: Assistant Professor Dr. Adilla Pongyeela

Faculty: Business Administration, Dhurakij Pundit University

ABSTRACT

The objectives of this research aim to (1) study the consumer behaviors of Muaklek Steakhouse in Thailand, (2) study the core competency of Muaklek Steakhouse from the opinions of consumers. The population was Muaklek Steakhouse tourist consumers in Thailand. The sample size was 400 of tourist consumers. The questionnaire was used as a research instrument. The data were analyzed by frequency, percentage, mean and S.D., and testing hypothesis by using t-test, F-test following by LSD. In order to serve the objectives of the study, it was found that;

(1) Most of the tourist consumers had main reason of eating steak at Muaklek Steakhouse because of having various menus and it was recommending food for the tourist, they preferred pork, beef, seafood, and chicken steaks respectively, had eaten not very often, price per time of eating was 301 to 500 baht, timing of eating steak was uncertainty, preferred convenient location, had eaten together with family.

(2) The core competency of Muaklek Steakhouse was 1) functional competency: there were accommodation management ability, various items of food, responded to order, followed by 2) quality and service maintaining competency which focused on freshness, and 3) market competency respectively which was being the popular food in the market. The results of hypothesis testing found that the consumers those had different demographic background such gender, age, status, occupation, and educational level had no significant different opinions about core competency of Muaklek Steakhouse except income level.

Keywords : Muaklek Steakhouse, Core Competency, Consumer Behavior, Functional Competency, Market competency.