

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับประทานสเต็กมวกเหล็ก และระดับความสำคัญของความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กอันประกอบด้วยความสามารถในการครองตลาด ความสามารถในการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ และความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่

จากการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้รับประทานสเต็กมวกเหล็ก 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนจำนวน 400 ฉบับ คิดเป็น 100% ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าผู้รับประทานสเต็กมวกเหล็ก
- 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานสเต็กมวกเหล็ก
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าผู้รับประทานสเต็กมวกเหล็ก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าผู้รับประทานสเต็กมวกเหล็ก อันประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้บุคคลต่อเดือน อาชีพ ระดับการศึกษา แสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้รับประทานสเต็กมวกเหล็ก

ข้อมูลนักท่องเที่ยว(ปัจจัยส่วนบุคคล)		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	192	48.00
	หญิง	208	52.00
	รวม	400	100.00
อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	26	6.50
	21 – 30 ปี	133	33.25
	31 – 40 ปี	100	25.00
	41 – 50 ปี	80	20.00
	51 – 60 ปี	50	12.50
	60 ปีขึ้นไป	11	2.75
	รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลนักท่องเที่ยว(ปัจจัยส่วนบุคคล)		จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพสมรส	โสด	175	43.75
	สมรส	198	49.50
	หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	27	6.75
	รวม	400	100.00
รายได้บุคคลต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	65	16.25
	15,001 – 20,000 บาท	83	20.75
	20,001 – 25,000 บาท	62	15.50
	25,001 – 30,000 บาท	76	19.00
	มากกว่า 30,000 บาท	114	28.50
	รวม	400	100.00
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	107	26.75
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	100	25.00
	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	122	30.50
	นักเรียน / นักศึกษา	41	10.25
	เกษียณ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน	25	6.25
	ว่างงาน	5	1.25
	รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	77	19.25
	ปริญญาตรี	256	64.00
	สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	67	16.75
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามสมรสมากที่สุดจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 เป็นโสดจำนวน 175 คนคิดเป็นร้อยละ 43.75 และเป็นหม้าย /หย่า / แยกกันอยู่จำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 6.75

อาชีพ ผู้ตอบถามมีอาชีพอิสระ / ธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาเป็นพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 เป็นข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 เป็นแม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และว่างงาน จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทบาท มากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมา มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 รายได้ 25,001 – 30,000 บาทจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และ รายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 สูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานสเด็กมวกเหล็ก

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานสเด็กมวกเหล็กอันประกอบด้วยเหตุผลที่เลือกมารับประทาน ประเภทของสเด็กที่รับประทาน ความถี่ในการรับประทาน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง มื้อที่รับประทาน สถานที่ที่รับประทาน และผู้ร่วมรับประทาน แสดงในตารางที่ 4.2-4.8

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมารับประทาน

เหตุผลที่เลือกมารับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
สเด็กเป็นอาหารแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวนี้	201	35.45
ชอบรับประทานสเด็กอยู่แล้ว	124	21.87
สเด็กมวกเหล็กอร่อย	94	16.58
ร้านสเด็กบริการดีน่าประทับใจ	22	3.88
ร้านสเด็กมีอาหารหลากหลาย ถูกใจทุกคน	126	22.22
รวม	567	100.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าลูกคามีเหตุผลที่เลือกมารับประทาน เพราะสื่งเป็นอาหารแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวนี้มากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 35.45 รองลงมาเพราะร้านสื่งมีอาหารหลากหลาย ถูกใจทุกคน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ชอบรับประทานสื่งที่อยู่แล้วจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 21.87สื่งมีกหะลื่งร่อย จำนวน 94 คนคิดเป็นร้อยละ 16.58 และร้านสื่งบริการดีน่าประทับใจจำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 3.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่งที่รับประทาน

ประเภทของสื่งที่รับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
สื่งเนื้อวัว	147	20.16
สื่งเนื้อหมู	223	30.59
สื่งไก่	77	10.56
สื่งปลา	140	19.20
สื่งชีฟู้ด (กึ่ง / ปลาหมึก / หอย)	87	11.93
สื่งกนกกระจอกเทศ	34	4.66
สื่งแพะ / แกะ	21	2.88
รวม	729	100.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าลูกค้ำเลือกรับประทานสื่งเนื้อหมูมากที่สุด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 30.59 รองลงมาคือสื่งเนื้อวัว จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 20.16 สื่งปลาชอบรับประทานจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 สื่งชีฟู้ด (กึ่ง / ปลาหมึก / หอย) จำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 11.93 สื่งไก่จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 10.56 สื่งกนกกระจอกเทศจำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 4.66 และสื่งแพะ / แกะจำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 2.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับประทาน

ความถี่ในการรับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
รับประทานมากกว่าหนึ่งครั้งต่อทริป	41	10.25
รับประทานหนึ่งครั้งต่อทริป	111	27.75
รับประทานบ่อยครั้ง แต่ไม่ทุกครั้ง	108	27.00
รับประทานนานๆ ครั้ง	121	30.25
เพิ่งรับประทานครั้งแรก	19	4.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความถี่ในการรับประทานสติกโดยรับประทานนานๆ ครั้งมากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมาคือ รับประทานหนึ่งครั้งต่อทริปจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รับประทานบ่อยครั้งแต่ไม่ทุกครั้ง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รับประทานมากกว่าหนึ่งครั้งต่อทริปจำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 10.25 และเพิ่งรับประทานครั้งแรก จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งที่รับประทาน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท	75	18.75
301 – 500 บาท	204	51.00
มากกว่า 500 บาท	121	30.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งที่รับประทานสติก เป็นจำนวน 301 – 500 บาท มากที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ มากกว่า 500 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาทจำนวน 75 คนคิดเป็นร้อยละ 18.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมือที่รับประทานสติกมวกเหล็ก

มือที่รับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
มือกลางวัน	174	43.50
มือเย็น	43	10.75
ไม่แน่นอน	183	45.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าลูกค้ารับประทานสติก ในเวลาที่ไม่นานจนมากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาคือ มือกลางวันจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 และมือเย็นจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่รับประทานสเต็กมวกเหล็ก

สถานที่ที่รับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
ร้านประจำ	114	28.50
ร้านที่แวะได้สะดวก	187	46.75
แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไป	99	24.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าลูกค้ารับประทานสเต็ก ตามร้านที่แวะได้สะดวกมากที่สุด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาคือ ร้านประจำจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 และแล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไปจำนวน 99 คนคิดเป็นร้อยละ 24.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ที่ร่วมรับประทานสเต็กมวกเหล็กด้วย

ผู้ร่วมรับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
คนรัก / ครอบครัว	203	50.75
ญาติพี่น้อง	82	20.50
เพื่อนฝูง / เพื่อนที่ทำงาน	115	28.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าลูกค้ารับประทานสเต็ก กับคนรัก / ครอบครัวมากที่สุด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาคือเพื่อนฝูง / เพื่อนที่ทำงาน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และญาติพี่น้องจำนวน 82 คนคิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก

ผลการวิเคราะห์ความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กอันประกอบด้วยความสามารถหลักด้านการครองตลาด ความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ และความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ แสดงในตารางที่ 4.9- 4.12

ตารางที่ 4.9 ภาพรวมระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถหลักของร้าน
สเด็กมวกเหล็ก

ความสามารถหลัก	ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย		ลำดับ	ความหมาย
	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านการครองตลาด	3.74	0.58	2	เห็นด้วยมาก
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.74	0.60	2	เห็นด้วยมาก
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.88	0.59	1	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79	0.53		เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าเห็นด้วยมากกับความสามารถหลักทุกด้านในภาพรวมเรียงลำดับตามความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็กดังนี้คือการปฏิบัติหน้าที่(ค่าเฉลี่ย = 3.88) ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ(ค่าเฉลี่ย = 3.74) และด้านการครองตลาด(ค่าเฉลี่ย = 3.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถหลักด้านการครองตลาด

ด้านการครองตลาด	ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย		ลำดับ	ความหมาย
	$\bar{x}$	S.D.		
สเด็กมวกเหล็กเป็นอาหารที่ต้องแวะมารับประทานเมื่อมาเที่ยวที่นี่	3.76	0.78	3	เห็นด้วยมาก
สเด็กมวกเหล็กมีรสชาติอร่อยกว่าสเด็กที่อื่น	3.73	0.76	4	เห็นด้วยมาก
สเด็กมวกเหล็กอร่อยจนต้องมารับประทานซ้ำ	3.51	0.81	6	เห็นด้วยมาก
สเด็กมวกเหล็กเป็นชื่อร้านสเด็กที่ท่านเชื่อถือมากกว่าร้านสเด็กชื่ออื่นๆ	3.89	0.79	2	เห็นด้วยมาก
สเด็กมวกเหล็กเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทุกคน	4.01	0.75	1	เห็นด้วยมาก
สเด็กมวกเหล็กสามารถขยายธุรกิจหลายสาขาหรือเป็นแฟรนไชส์ได้	3.55	0.89	5	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74	0.58		เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าเห็นด้วยมากกับความสามารถหลักด้านการครองตลาดในภาพรวมและ เรียงลำดับตามความสามารถหลักด้านการครองตลาดของร้านสเด็กมวกเหล็กได้ดังนี้คือสเด็กมวกเหล็กเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทุกคน(ค่าเฉลี่ย = 4.01) สเด็กมวกเหล็กเป็นชื่อร้านสเด็กที่เชื่อถือมากกว่าร้านสเด็กชื่ออื่นๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.89) สเด็กมวกเหล็กเป็นอาหารที่ต้องแวะมารับประทานเมื่อ

มาเที่ยวที่นี่ (ค่าเฉลี่ย = 3.76)) สเด็กมวกเหล็กมีรสชาติอร่อยกว่าสเด็กที่อื่น(ค่าเฉลี่ย = 3.73) สเด็กมวกเหล็กสามารถขยายธุรกิจหลายสาขาหรือเป็น แฟรนไชส์ได้(ค่าเฉลี่ย = 3.55) และสเด็กมวกเหล็กอร่อยจนต้องมารับประทานซ้ำ(ค่าเฉลี่ย = 3.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ

ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย		ลำดับ	ความหมาย
	$\bar{x}$	S.D.		
รสชาติของสเด็กมวกเหล็กอร่อยสม่ำเสมอเช่นเดิม	3.83	0.71	2	เห็นด้วยมาก
คุณภาพวัตถุดิบของสเด็กมวกเหล็กดี และสดใหม่ทุกครั้งที่ได้รับประทาน	3.94	0.71	1	เห็นด้วยมาก
พนักงานร้านสเด็กมวกเหล็กบริการดี และตอบสนองคำขอของลูกค้าได้ดี	3.75	0.75	3	เห็นด้วยมาก
พนักงานร้านสเด็กมวกเหล็กเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าอย่างดี	3.67	0.79	4	เห็นด้วยมาก
การบริการของร้านสเด็กมวกเหล็กรวดเร็วทันใจลูกค้า	3.64	0.80	5	เห็นด้วยมาก
ร้านสเด็กมวกเหล็กเป็นร้านอาหารที่ลูกค้ามีความสุขเมื่อเข้ามาใช้บริการ	3.61	0.78	6	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74	0.60		เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าเห็นด้วยมากกับความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการในภาพรวมโดยเรียงลำดับตามความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของร้านสเด็กมวกเหล็กได้ดังนี้คือ คุณภาพวัตถุดิบของสเด็กมวกเหล็กดีและสดใหม่ทุกครั้งที่ได้รับประทาน (ค่าเฉลี่ย = 3.94) รสชาติของสเด็กมวกเหล็กอร่อยสม่ำเสมอเช่นเดิม (ค่าเฉลี่ย = 3.83) พนักงานร้านสเด็กมวกเหล็กบริการดี และตอบสนองคำขอของลูกค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย = 3.75) พนักงานร้านสเด็กมวกเหล็กเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย = 3.67) การบริการของร้านสเด็กมวกเหล็กรวดเร็วทันใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.64) และร้านสเด็กมวกเหล็กเป็นร้านอาหารที่ลูกค้ามีความสุขเมื่อเข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.61)ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่

ด้านการปฏิบัติหน้าที่	ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย		ลำดับ	ความหมาย
	$\bar{x}$	S.D.		
ร้านสะดวกซื้อสามารถปรุงรสเด็กและอาหารเคี้ยวได้ อร่อย	3.77	0.72	6	เห็นด้วยมาก
ร้านสะดวกซื้อสามารถปรุงรสอาหารเคี้ยว เช่น สลัด มันทอด / อบไค้อร่อย	3.74	0.76	7	เห็นด้วยมาก
ร้านสะดวกซื้อสามารถปรุงรสเด็กได้ตามลูกค้าสั่ง	3.90	0.72	3	เห็นด้วยมาก
ร้านสะดวกซื้อสามารถจัดสิ่งอำนวยความสะดวก บนโต๊ะได้อย่างเหมาะสม เช่น มีขอสปริงรสต่างๆ มีมิด ส้อม และอุปกรณ์การรับประทานครบ	4.04	0.79	1	เห็นด้วยมาก
ร้านสะดวกซื้อสามารถจัดบรรยากาศได้เข้ากับการ รับประทานเด็ก เช่น จัดร้านสไตล์คาเฟ่ เปิดเพลง คันทรี่ โต๊ะเก้าอี้ไม้	3.85	0.85	4	เห็นด้วยมาก
ร้านสะดวกซื้อสามารถบริการอย่างมีประสิทธิภาพ แม้มีลูกค้ามากเกินปกติ	3.85	0.84	4	เห็นด้วยมาก
ร้านสะดวกซื้อหลักมีรายการอาหาร และวัตถุดิบเพียงพอ ต่อการบริการลูกค้า	4.02	0.73	2	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	0.59		เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าเห็นด้วยมากกับความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่
ในภาพรวมโดย เรียงลำดับตามความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ของร้านสะดวกซื้อได้ดังนี้คือ
ร้านสะดวกซื้อสามารถจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบนโต๊ะได้อย่างเหมาะสม เช่น มีขอสปริงรสต่างๆ มี
มิด ส้อม และอุปกรณ์การรับประทานครบ (ค่าเฉลี่ย=4.04) ร้านสะดวกซื้อหลักมีรายการอาหาร และวัตถุดิบ
เพียงพอต่อการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.02) ร้านสะดวกซื้อสามารถปรุงรสเด็กได้ตามลูกค้าสั่ง(ค่าเฉลี่ย
=3.90)ร้านสะดวกซื้อสามารถบริการอย่างมีประสิทธิภาพ แม้มีลูกค้ามากเกินปกติ (ค่าเฉลี่ย = 3.85)ร้าน
สะดวกซื้อหลักสามารถจัดบรรยากาศได้เข้ากับการรับประทานเด็ก เช่น จัดร้านสไตล์คาเฟ่ เปิดเพลง
คันทรี่ โต๊ะเก้าอี้ไม้ (ค่าเฉลี่ย = 3.85) ร้านสะดวกซื้อหลักสามารถปรุงรสเด็กและอาหารเคี้ยวได้อร่อย (ค่าเฉลี่ย
= 3.77)และร้านสะดวกซื้อหลักสามารถปรุงรสอาหารเคี้ยว เช่น สลัด มันทอด / อบไค้อร่อย (ค่าเฉลี่ย =3.74)
ตามลำดับ

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็มวกลูกเหล็ก

4.4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็มวกลูกเหล็กที่มีปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็มวกลูกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมีปัจจัยส่วนบุคคลอื่นได้แก่เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้บุคคลต่อเดือน อาชีพ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันแสดงในตารางที่ 4.13- 4.20

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็มวกลูกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมีเพศแตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น		t	t-Prob
	ชาย	หญิง		
ด้านการครองตลาด	3.73	3.75	0.402	0.798
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.73	3.75	0.619	0.783
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.88	3.89	1.310	0.797

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็มวกลูกเหล็กไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็มวกลูกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมีอายุแตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น			F	F-Prob
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป		
ด้านการครองตลาด	3.71	3.72	3.88	2.17	0.116
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.76	3.73	3.73	0.15	0.860
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.86	3.91	3.88	0.29	0.752

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น		t	t-Prob
	สมรส	อื่นๆ		
ด้านการครองตลาด	3.77	3.72	2.153	0.400
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.78	3.70	0.391	0.232
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.91	3.86	1.539	0.419

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมีอาชีพแตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น				F	F-Prob
	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ	อื่นๆ		
ด้านการครองตลาด	3.63	3.85	3.73	3.78	2.61	0.051
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.72	3.85	3.65	3.77	2.12	0.097
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.83	3.99	3.83	3.90	1.75	0.156

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมีรายได้บุคคลต่อเดือนแตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น			F	F-Prob
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท		
ด้านการครองตลาด	3.76	3.76	3.69	0.55	0.578
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.80	3.81	3.58	5.66	0.004*
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.94	3.93	3.75	4.25	0.015*

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านการครองตลาดไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็กด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของลูกค้าที่มีรายได้บุคคลต่อเดือน แตกต่างกัน

รายได้บุคคลต่อเดือน	$\bar{x}$	ผลต่างด้านความสามารถหลัก		
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	3.80	-	-0.068 (sig = 0.347)	0.219* (sig = 0.003)
20,001 - 30,000 บาท	3.81		-	0.226* (sig = 0.003)
มากกว่า 30,000 บาท	3.58			-

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของร้านสเด็กมวกเหล็กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทมีความคิดเห็น แตกต่างจากกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทและกลุ่มที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็มวกเหล็กด้านการปฏิบัติหน้าที่ของลูกค้าที่มี รายได้บุคคลต่อเดือน แตกต่างกัน

รายได้บุคคลต่อเดือน	$\bar{x}$	ผลต่างด้านความสามารถหลัก		
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	3.94	-	0.007 (sig = 0.914)	0.192* (sig = 0.009)
20,001 - 30,000 บาท	3.93		-	0.184* (sig = 0.013)
มากกว่า 30,000 บาท	3.75			-

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็มวกเหล็กด้านการปฏิบัติหน้าที่ของลูกค้าที่มี รายได้บุคคลต่อเดือน แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้บุคคลต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท และ ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็มวกเหล็กของลูกค้าที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น			F	F-Prob
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี		
ด้านการครองตลาด	3.72	3.74	3.77	0.13	0.880
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.77	3.74	3.70	0.26	0.769
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.87	3.88	3.92	0.18	0.835

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็มวกเหล็กไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีพฤติกรรมมารับประทานสเต็กของลูกค้านั้นแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่ลูกค้ามีพฤติกรรมมารับประทานสเต็ก อันประกอบด้วยเหตุผลที่เลือกมารับประทาน ประเภทของสเต็กที่รับประทาน ความถี่ในการรับประทาน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง มื้อที่รับประทาน สถานที่ที่รับประทาน และผู้ร่วมรับประทานที่แตกต่างกันแสดงในตารางที่ 4.21- 4.32

ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กของลูกค้าที่มี ความถี่ในการรับประทาน แตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น				F	F-Prob
	มากกว่า 1 ครั้ง/ทริป	1 ครั้ง/ทริป	บ่อยครั้ง แต่ไม่ทุกครั้ง	อื่นๆ		
ด้านการครองตลาด	3.89	3.82	3.75	3.63	3.14	0.025*
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการบริการ	3.94	3.80	3.76	3.62	3.76	0.011*
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.98	3.93	3.94	3.77	2.53	0.057

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการรับประทาน ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านการปฏิบัติหน้าที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กด้านการครองตลาดของลูกค้าที่มี ความถี่ในการรับประทาน แตกต่างกัน

ความถี่ในการรับประทาน	$\bar{x}$	ผลต่างด้านความสามารถหลัก			
		> 1 ครั้ง/ทริป	1 ครั้ง/ทริป	บ่อยครั้งแต่ไม่ทุกครั้ง	อื่นๆ
มากกว่า 1 ครั้ง/ทริป	3.89	-	0.069 (sig = 0.511)	0.137 (sig = 0.194)	0.252* (sig = 0.014)
1 ครั้ง/ทริป	3.82		-	0.068 (sig = 0.381)	0.183* (sig = 0.013)
บ่อยครั้ง แต่ไม่ทุกครั้ง	3.75			-	0.115 (sig = 0.120)
อื่นๆ	3.63				-

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็กด้านการครองตลาดของลูกค้าที่มี **ความถี่ในการรับประทาน** แตกต่างกันพบว่ากลุ่มอื่นๆมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มีความถี่ในการรับประทานมากกว่า 1 ครั้งต่อทริปและ 1 ครั้งต่อทริป

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็กด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของลูกค้าที่มี **ความถี่ในการรับประทาน** แตกต่างกัน

ความถี่ในการรับประทาน	$\bar{x}$	ผลต่างด้านความสามารถหลัก			
		มากกว่า 1 ครั้ง/ทริป	1 ครั้ง/ทริป	บ่อยครั้ง แต่ไม่ทุกครั้ง	อื่นๆ
มากกว่า 1 ครั้ง/ทริป	3.94	-	0.147 (sig = 0.179)	0.185 (sig = 0.092)	0.321* (sig = 0.003)
1 ครั้ง/ทริป	3.80		-	0.038 (sig = 0.638)	0.174* (sig = 0.022)
บ่อยครั้ง แต่ไม่ทุกครั้ง	3.76			-	0.136 (sig = 0.076)
อื่นๆ	3.62				-

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็กด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของลูกค้าที่มี **ความถี่ในการรับประทาน** แตกต่างกันพบว่ากลุ่มอื่นๆมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มีความถี่ในการรับประทานมากกว่า 1 ครั้งต่อทริปและ 1 ครั้งต่อทริป

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็กของลูกค้าที่มี **ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง** แตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น			F	F-Prob
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท	301 - 500 บาท	มากกว่า 500 บาท		
ด้านการครองตลาด	3.58	3.74	3.85	4.91	0.008*
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.70	3.74	3.76	0.22	0.800
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.75	3.89	3.96	2.87	0.058

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.24 แสดงว่าลูกค้าที่มี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง ในการรับประทานสเต็กมวกเหล็กแตกต่างกันพบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กแตกต่างกันเฉพาะด้านการครองตลาด

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กด้านการครองตลาดของลูกค้าที่มี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง แตกต่างกัน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง	$\bar{x}$	ผลต่างด้านความสามารถหลัก		
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท	301 - 500 บาท	มากกว่า 500 บาท
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท	3.58	-	-0.154* (sig = 0.047)	-0.047* (sig = 0.002)
301 - 500 บาท	3.74		-	-0.110 (sig = 0.096)
มากกว่า 500 บาท	3.85			-

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กด้านการครองตลาดของลูกค้าที่มี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง พบว่ากลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งมากกว่า 500 บาท และระหว่าง 301 – 500 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่เกิน 300 บาท

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กของลูกค้าที่มีมือที่รับประทาน แตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น			F	F-Prob
	มือกลางวัน	มือเย็น	ไม้แน่นนอน		
ด้านการครองตลาด	3.76	3.68	3.74	0.33	0.720
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.72	3.78	3.75	0.17	0.840
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.92	3.79	3.87	0.89	0.413

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.26 แสดงว่าลูกค้าที่มีมือที่รับประทานสเต็กมวกเหล็กแตกต่างกันพบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กของลูกค้าที่มี สถานที่ที่รับประทาน แตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น			F	F-Prob
	ร้านประจำ	ร้านที่แวะได้สะดวก	แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไป		
ด้านการครองตลาด	3.87	3.74	3.59	6.49	0.002*
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.88	3.73	3.60	5.64	0.004*
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.95	3.90	3.76	3.02	0.050*

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.27 แสดงว่าลูกค้าที่มีสถานที่ที่รับประทานแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทุกด้านของความสามารถหลัก

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กด้านการครองตลาดของลูกค้าที่มี สถานที่ที่รับประทาน แตกต่างกัน

สถานที่ที่รับประทาน	$\bar{x}$	ผลต่างด้านความสามารถหลัก		
		ร้านประจำ	ร้านที่แวะได้สะดวก	แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไป
ร้านประจำ	3.87	-	0.012 (sig = 0.061)	0.283* (sig = 0.000)
ร้านที่แวะได้สะดวก	3.74		-	0.155* (sig = 0.029)
แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไป	3.59			-

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกซื้อหลักด้านการครองตลาดของลูกค้าที่มีสถานที่ที่รับประทานแตกต่างกันมีความแตกต่างกันโดยกลุ่มที่มีสถานที่ที่รับประทานร้านแล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไปมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มาร้านประจำและร้านที่แวะได้สะดวก

ตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกซื้อหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของลูกค้าที่มี สถานที่ ที่รับประทาน แตกต่างกัน

สถานที่ที่รับประทาน	$\bar{x}$	ผลต่างด้านความสามารถหลัก		
		ร้านประจำ	ร้านที่แวะได้สะดวก	แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไป
ร้านประจำ	3.88	-	0.014* (sig = 0.041)	0.274* (sig = 0.001)
ร้านที่แวะได้สะดวก	3.73		-	0.128 (sig = 0.084)
แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไป	3.60			-

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกซื้อหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของลูกค้าที่มีสถานที่ที่รับประทาน แตกต่างกันซึ่งพบว่ามีความแตกต่างกันโดยกลุ่มที่มีสถานที่ที่รับประทานร้านที่แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไปมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มาร้านประจำ

ตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกซื้อหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ของลูกค้าที่มี สถานที่ที่รับประทาน แตกต่างกัน

สถานที่ที่รับประทาน	$\bar{x}$	ผลต่างด้านความสามารถหลัก		
		ร้านประจำ	ร้านที่แวะได้สะดวก	แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไป
ร้านประจำ	3.95	-	0.052 (sig = 0.450)	0.191* (sig = 0.018)
ร้านที่แวะได้สะดวก	3.90		-	0.138 (sig = 0.057)
แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไป	3.76			-

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็มววกหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ของลูกค้าที่มีสถานที่รับประทานแตกต่างกันซึ่งพบว่ามี ความแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีสถานที่รับประทานในร้านที่แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไปมีความคิดเห็นแตกต่าง จากกลุ่มที่มาร้านประจำ

ตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็มววกหลักของลูกค้าที่มี ผู้ที่ร่วม รับประทาน แตกต่างกัน

ความสามารถหลัก	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น			F	F-Prob
	คนรัก/ครอบครัว	ญาติพี่น้อง	เพื่อนฝูง/เพื่อนที่ทำงาน		
ด้านการครองตลาด	3.68	3.82	3.79	2.17	0.116
ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.67	3.81	3.80	2.38	0.094
ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.81	4.03	3.91	4.58	0.011*

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.31 แสดงว่าลูกค้าที่มีผู้ร่วมรับประทานอาหารแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็มววกหลักไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05ในทุกด้านยกเว้นด้านการปฏิบัติหน้าที่

ตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็มววกหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ของลูกค้าที่มี ผู้ที่ร่วมรับประทานอาหาร แตกต่างกัน

ผู้ที่ร่วมรับประทานอาหาร	$\bar{x}$	ผลต่างด้านความสามารถหลัก		
		คนรัก/ครอบครัว	ญาติพี่น้อง	เพื่อนฝูง/เพื่อนที่ทำงาน
คนรัก/ครอบครัว	3.81	-	-0.225* (sig = 0.003)	-0.107 (sig = 0.116)
ญาติพี่น้อง	4.03		-	0.118 (sig = 0.161)
เพื่อนฝูง/เพื่อนที่ทำงาน	3.91			-

* หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกซื้อหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ของลูกค้าที่มี ผู้ที่ร่วมรับประทาน แตกต่างกันซึ่งพบว่ามี ความแตกต่างกันโดยกลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นญาติพี่น้องมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มากับคนรัก/ครอบครัว