

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับประทานสเด็กของนักท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาระดับความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็ก ในด้านความสามารถในการครองตลาด ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนด้านการปฏิบัติหน้าที่

หลังจากเก็บข้อมูล จากการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามารับประทานสเด็กในร้านสเด็กในอำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และบริเวณใกล้เคียงรวม 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนจำนวน 400 ฉบับ คิดเป็น 100% ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเด็กมวกเหล็กในด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้บุคคลต่อเดือน และระดับการศึกษา ดังต่อไปนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเป็นเพศชายจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48

อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 21 – 30 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือ 133 รายคิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาคือ ช่วงอายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี จำนวน 100 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ช่วงอายุตั้งแต่ 41 – 50 ปีจำนวน 80 รายคิดเป็นร้อยละ 20.00 ช่วงอายุตั้งแต่ 51 – 60 ปีจำนวน 50 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 ช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 6.50 และช่วงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 198 รายคิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือสถานภาพโสดจำนวน 175 รายคิดเป็นร้อยละ 43.75 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่จำนวน 27 รายคิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระจำนวน 122 รายคิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 107 รายคิดเป็นร้อยละ 26.75 อาชีพข้าราชการ / พนักงานของรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 100 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษาจำนวน 41 รายคิดเป็นร้อยละ 10.25 อาชีพเกษียณ / พ่อบ้าน / แม่บ้านจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 6.25 และว่างงานจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

รายได้บุคคลต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทจำนวน 114 รายคิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาคือรายได้ตั้งแต่ 15,001 – 20,000 บาทจำนวน 83 รายคิดเป็นร้อยละ 20.75 รายได้ตั้งแต่ 25,001 – 30,000 บาทจำนวน 76 รายคิดเป็นร้อยละ 19.00 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทจำนวน 65 รายคิดเป็นร้อยละ 16.25 และรายได้ตั้งแต่ 20,000 – 25,000 บาทจำนวน 62 รายคิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 256 รายคิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 77 รายคิดเป็นร้อยละ 19.25 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไปจำนวน 67 รายคิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานของเด็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวลูกค้านร้านสเต็กมวกเหล็ก

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานของเด็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้านร้านสเต็กมวกเหล็กอันประกอบไปด้วยเหตุผลที่เลือกมารับประทาน ประเภทของสเต็กที่รับประทาน ความถี่ในการรับประทาน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง มื้อที่รับประทาน สถานที่ที่รับประทาน และผู้ที่ร่วมรับประทาน มีดังต่อไปนี้

เหตุผลที่เลือกมารับประทาน นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้านร้านสเต็กมวกเหล็กส่วนใหญ่เห็นว่าสเต็กเป็นอาหารแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวนี้จำนวน 201 รายคิดเป็นร้อยละ 35.45 รองลงมาเห็นว่าร้านสเต็กมีอาหารหลากหลาย ถูกใจทุกคนจำนวน 126 รายคิดเป็นร้อยละ 22.22 ชอบรับประทานสเต็กอยู่แล้วจำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.58 และร้านสเต็กบริการดีน่าประทับใจจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 3.88 ตามลำดับ

ประเภทของสเต็กที่รับประทาน ประเภทของสเต็กที่นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้านร้านสเต็กมวกเหล็ก รับประทานส่วนใหญ่เป็นสเต็กเนื้อหมูจำนวน 223 รายคิดเป็นร้อยละ 30.59 รองลงมาคือสเต็กเนื้อวัวจำนวน 147 รายคิดเป็นร้อยละ 20.16 สเต็กปลาจำนวน 140 รายคิดเป็นร้อยละ 19.20 สเต็กชีฟู้ด (กุ้ง / ปลาหมึก / หอย) จำนวน 87 รายคิดเป็นร้อยละ 11.93 สเต็กไก่จำนวน 77 รายคิดเป็นร้อยละ 10.56 สเต็กนกกระจอกเทศจำนวน 34 รายคิดเป็นร้อยละ 4.66 และสเต็กแพะ / แกะจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 2.88 ตามลำดับ

ความถี่ในการรับประทาน นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับประทาน คือ รับประทานนานๆ ครั้งจำนวน 121 รายคิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมาคือ รับประทานหนึ่งครั้งต่อทริปจำนวน 111 รายคิดเป็นร้อยละ 27.75 รับประทานบ่อยครั้งแต่ไม่ทุกครั้งจำนวน 108 รายคิดเป็นร้อยละ 27.00 รับประทานมากกว่าหนึ่งครั้งต่อทริปจำนวน 41 รายคิดเป็นร้อยละ 10.25 และเพิ่งรับประทานครั้งแรกจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่รับประทาน นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่รับประทานตั้งแต่ 301 ถึง 500 บาทจำนวน 204 รายคิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่รับประทานมากกว่า 500 บาทจำนวน 121 รายคิดเป็นร้อยละ 30.25 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาทจำนวน 75 รายคิดเป็นร้อยละ 18.75 ตามลำดับ

มือที่รับประทาน นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กส่วนใหญ่รับประทานในมือที่ไม่แน่นอนจำนวน 184 รายคิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาคือ มือกลางวันจำนวน 174 รายคิดเป็นร้อยละ 43.50 และมือเย็นจำนวน 43 รายคิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

สถานที่รับประทาน นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กส่วนใหญ่รับประทานสเต็กจากร้านที่แวะได้สะดวกจำนวน 187 รายคิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาคือ ร้านประจำจำนวน 114 รายคิดเป็นร้อยละ 28.50 และแล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไปจำนวน 99 รายคิดเป็นร้อยละ 24.75 ตามลำดับ

ผู้ร่วมรับประทาน นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กส่วนใหญ่รับประทานสเต็กร่วมกับคนรัก / ครอบครัวจำนวน 203 รายคิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาคือ เพื่อนฝูง / เพื่อนที่ทำงานจำนวน 115 รายคิดเป็นร้อยละ 28.75 และญาติพี่น้องจำนวน 82 รายคิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย จำแนกตามความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กของลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.88 รองลงมาคือ ความสามารถหลักด้านการครองตลาดและด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ เท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.88 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ของร้านสเต็กมวก

เหล็กได้แก่ ร้านสเด็กมวกเหล็กสามารถจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบนโต๊ะได้อย่างเหมาะสม เช่น มีขอสปริงรสต่างๆ มีมีด ส้อม และอุปกรณ์การรับประทานอาหารครบมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือ ร้านสเด็กมวกเหล็กมีรายการอาหาร และวัตถุดิบเพียงพอต่อการบริการลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ร้านสเด็กมวกเหล็กสามารถปรุงสเด็กได้ตามลูกค้าสั่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ร้านสเด็กมวกเหล็กสามารถจัดบรรยากาศได้เข้ากับการรับประทานอาหารสเด็ก เช่น จัดร้านสไตล์คาวบอย เปิดเพลง คันทรี โต๊ะเก้าอี้ไม้ และร้านสเด็กมวกเหล็กสามารถบริการอย่างมีประสิทธิภาพ แม้มีลูกค้ามากเกินปกติมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.85 ร้านสเด็กมวกเหล็กสามารถปรุงสเด็กและอาหารเคียงได้อร่อยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และร้านสเด็กมวกเหล็กสามารถปรุงอาหารเคียง เช่น สลัดมันทอด / อบไค้อร่อยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ความสามารถหลักด้านการครองตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.74 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของความสามารหลัด้านการครองตลาด ได้แก่ สเด็กมวกเหล็กเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทุกคนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.01 รองลงมาคือสเด็กมวกเหล็กเป็นชื่อร้านสเด็กที่ทานชื่อติดมากกว่าร้านสเด็กชื่ออื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สเด็กมวกเหล็กเป็นอาหารที่ต้องแวะมารับประทานเมื่อมาเที่ยวที่นี่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 สเด็กมวกเหล็กมีรสชาติอร่อยกว่าสเด็กที่อื่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 สเด็กมวกเหล็กสามารถขยายธุรกิจหลายสาขาหรือเป็นแฟรนไชส์ได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และสเด็กมวกเหล็กอร่อยจนต้องมารับประทานซ้ำมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ตามลำดับ

ความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริหาร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.74 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของความสามารหลัการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริหาร ได้แก่ คุณภาพวัตถุดิบของสเด็กมวกเหล็กดี และสดใหม่ทุกครั้งที่ได้รับประทานมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือรสชาติของสเด็กมวกเหล็กอร่อยสม่เสมอเช่นเดิมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พนักงานร้านสเด็กมวกเหล็กบริหารดี และตอบสนองคำขอของลูกค้าได้ดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 พนักงานร้านสเด็กมวกเหล็กเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 การบริการของร้านสเด็กมวกเหล็กรวดเร็ว ทันใจลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และร้านสเด็กมวกเหล็กเป็นร้านอาหารที่ลูกค้ามีความสุขเมื่อเข้ามาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ตามลำดับ

5.4 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

5.4.1 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเด็ก มวกเหล็กจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเด็กมวกเหล็ก

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเด็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเด็กมวกเหล็กที่มีเพศแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ

t-test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กเมื่อทดสอบเป็นรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลัก
ของร้านสะดวกซื้อหลักของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสะดวกซื้อหลักที่มีอายุแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ
F test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสะดวกซื้อหลักที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อ
ความสามารถหลักของร้านสะดวกซื้อหลักเมื่อทดสอบเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลัก
ของร้านสเต็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีสถานภาพสมรสแตกต่าง
กันโดยใช้สถิติ F-test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีสถานภาพสมรสแตกต่าง
กันมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กเมื่อทดสอบเป็นรายด้านไม่
แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลัก
ของร้านสเต็มวกเหล็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็มวกเหล็กที่มีอาชีพแตกต่างกันโดยใช้
สถิติ F test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็มวกเหล็กที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความ
ความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็มวกเหล็กเมื่อทดสอบเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลัก
ของร้านสเด็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเด็กมวกเหล็ก ที่มีรายได้บุคคลต่อเดือน
แตกต่างกันโดยใช้สถิติ F test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเด็กมวกเหล็กที่มีรายได้บุคคลต่อ
เดือนแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักแตกต่างกันในด้านการดำรงคุณภาพ
ผลิตภัณฑ์และการบริการ และด้านการปฏิบัติหน้าที่

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลัก
ของร้านสะดวกซื้อหลักของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสะดวกซื้อหลักที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน
โดยใช้สถิติ F test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสะดวกซื้อหลักที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมี
ระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสะดวกซื้อหลักเมื่อทดสอบเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน

5.4.2 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลัก
ของร้านสเต็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กจำแนกตามพฤติกรรมการ
รับประทานสเต็กมวกเหล็ก

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลัก
ของร้านสะดวกหลักของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสะดวกหลักที่มีความถี่ในการรับประทาน

แตกต่างกันโดยใช้สถิติ F test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีความถี่ในการรับประทานแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กแตกต่างกันในการครองตลาด และด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งแตกต่างกันโดยใช้สถิติ F test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กแตกต่างกันในการครองตลาด

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีมือที่รับประทานแตกต่างกันโดยใช้สถิติ F test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีมือที่รับประทานแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กไม่แตกต่างกันในรายด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีสถานที่รับประทานแตกต่างกันโดยใช้สถิติ F test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีสถานที่รับประทานแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กแตกต่างกันในการครองตลาด ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ และด้านการปฏิบัติหน้าที่

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีผู้ร่วมรับประทานแตกต่างกันโดยใช้สถิติ F test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีผู้ร่วมรับประทานแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กแตกต่างกันในการปฏิบัติหน้าที่

5.5 อภิปรายผลการวิจัย

5.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็ก

ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในวัยสาว สมรสแล้ว อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้บุคคลต่อเดือนเกิน 30,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อสูง และมักมีอิทธิพลสูงในการจับจ่ายสินค้าและบริการต่างๆเพื่อตนเองและครอบครัว การมาท่องเที่ยว

5.5.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานสเต็กมวกเหล็ก

เหตุผลหลักที่ลูกค้าเลือกมารับประทานสเต็กมวกเหล็ก คือ สเต็กเป็นอาหารแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวนี้เพราะนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางมักจะลองชิมอาหารประจำท้องถิ่นอย่างน้อยสักครั้งหนึ่ง และอาหารประจำถิ่นที่ลองชิมมักเป็นอาหารที่ผู้คนส่วนใหญ่สามารถรับประทานได้โดยไม่มีรสเผ็ดจัดหรือมีส่วนผสมที่แปลกจนเกินไป ดังนั้นสเต็กซึ่งจัดเป็นอาหารจานหลักที่มีความอร่อยและราคาสูงกว่าอาหารทั่วไปจึงเป็นจานโปรดที่ลูกค้ามักสั่งในโอกาสพิเศษที่มาท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม มีลูกค้าส่วนน้อยที่ให้ความคิดเห็นว่า ร้านสเต็กมวกเหล็กบริการดีน่าประทับใจ ซึ่งอาจเกิดจากช่วงฤดูท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจมีลูกค้ามาใช้บริการมากจนทางร้านไม่สามารถบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพกับลูกค้าทุกคน

ประเภทของสเต็กที่รับประทานมากที่สุดคือ สเต็กเนื้อหมู ทั้งที่สเต็กเนื้อหมูมีชื่อเสียงมากที่สุดและรสอร่อยที่สุด เพราะคนไทยจำนวนหนึ่งไม่รับประทานเนื้อวัวเนื่องจากความเชื่อทางศาสนาจึงรับประทานสเต็กหมูซึ่งเป็นเนื้อสัตว์ที่คนไทยส่วนใหญ่นิยมมากที่สุดและสามารถนำมาปรุงเป็นสเต็กได้ในรสชาติใกล้เคียงสเต็กเนื้อ ส่วนสเต็กเนื้อและสเต็กปลาเป็นที่นิยมรองลงมาใกล้เคียงกันเพราะกระแสรักษาสุขภาพทำให้ผู้สูงอายุและผู้ที่ยังวัยสุขภาพเลือกเมนูสเต็กปลา อย่างไรก็ตาม สเต็กแพะหรือแกะมีผู้นิยมรับประทานน้อยที่สุดเพราะมีกลิ่นเฉพาะตัวที่บางคนไม่ชอบ

ความถี่ในการรับประทานสเต็กของลูกค้าส่วนใหญ่คือ นานๆครั้ง เพราะสเต็กเป็นอาหารจานหลักที่ราคาสูงราคาหลักร้อยบาทจึงมีลูกค้าบางคนที่เลือกรับประทานอาหารเมนูอื่นที่ราคาย่อมเยากว่า และลูกค้ากลุ่มรองลงมารับประทานหนึ่งครั้งต่อทริป หรือรับประทานบ่อยครั้งแต่ไม่ใช่ทุกครั้งที่มาซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มที่ชื่นชอบการรับประทานสเต็กและคิดว่าเป็นการมารับประทานถึงถิ่นที่สเต็กมีชื่อเสียง

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งของลูกค้าคือประมาณ 301-500 บาท ซึ่งเป็นราคาของสเต็กคุณภาพปานกลางที่มีลูกค้านิยมรับประทานมากที่สุด และมีลูกค้าบางส่วนที่เมื่อรับประทานสเต็กนานๆครั้งก็จะเลือกสเต็กคุณภาพดีที่มีราคาสูง

มือที่ลูกค้ารับประทานสเต็กมวกเหล็กเป็นส่วนใหญ่คือ ไม่แน่นอนซึ่งมักจะเป็นมือกลางวันหรือมือเย็น รองลงมาคือรับประทานเป็นมือกลางวันที่สามารถสังสรรค์กับครอบครัวหรือเพื่อนฝูง และลูกค้าบางคนไม่นิยมรับประทานสเต็กในมือเย็นเพราะสเต็กปรุงด้วยเนื้อสัตว์ที่ย่อยยากซึ่งจะทำให้อึดอัดในเวลาเข้านอน

สถานที่ที่ลูกค้ารับประทานสเต็กมวกเหล็กเป็นส่วนใหญ่คือ ร้านที่แวะได้สะดวกเพราะร้านสเต็กมวกเหล็กมีอยู่มากมายบนเส้นทางท่องเที่ยวหลักของมวกเหล็ก ปากช่อง และจังหวัด

นครราชสีมาซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านที่บริการเด็กออร์อย รองลงมาคือลูกค้าบางส่วนใช้บริการร้านประจำที่ประทับใจในรสชาติอาหารจึงไม่ยอมเปลี่ยนแปลงไปรับประทานร้านอื่นที่อาจไม่อร่อยเท่าร้านเดิม และลูกค้าส่วนหนึ่งซึ่งไม่ใช่ผู้ขับรถจะแล้วแต่ผู้ร่วมทางพาไปร้านใดเพราะรับประทานได้ทุกร้านไม่เจาะจง

ผู้ร่วมรับประทานเด็กมวกเหล็กกับลูกค้าส่วนใหญ่คือคนรักหรือครอบครัว เพราะร้านเด็กส่วนหนึ่งตกแต่งสวยงามมีบรรยากาศที่ดีเหมาะกับการพักผ่อนหย่อนใจ และการไปท่องเที่ยวต่างจังหวัดผู้ที่สมรสแล้วซึ่งเป็นส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมักไปกับครอบครัว

5.5.3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถหลักของร้านเด็กมวกเหล็ก

ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถหลักของร้านเด็กมวกเหล็กเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยคือ ความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่ ส่วนความสามารถหลักด้านการครองตลาดและด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเท่ากัน เพราะความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่มีการแสดงออกทางกายภาพ เช่น การจัดร้าน การจัดอุปกรณ์การรับประทานเด็กซึ่งเป็นรูปธรรมชัดเจนกว่าความสามารถหลักด้านการครองตลาดและด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการที่มีลักษณะการวัดแบบนามธรรมที่อิงกับความรู้สึกของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่

ความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในข้อย่อยที่ร้านเด็กมวกเหล็กสามารถจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบนโต๊ะได้อย่างเหมาะสม เช่น มีขอสปริงรสต่างๆ มีมีด ส้อม และอุปกรณ์การรับประทานครบ เพราะเป็นสภาวะทางกายภาพที่ใกล้ตัวลูกค้าซึ่งเห็นได้ชัดเจน และคนไทยนิยมการปรุงรสอาหารให้จัดจ้านจึงชอบเครื่องปรุงรสที่วางไว้บริการอย่างครบครัน อย่างไรก็ตาม ข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือร้านเด็กมวกเหล็กสามารถปรุงอาหารเคียง เช่น สลัด มันทอด/อบได้อร่อย เพราะในสายตาลูกค้าอาหารเคียงเหล่านี้ไม่เป็นสาระสำคัญของรสชาติเด็กงานนั้น หากเด็กออร์อยลูกค้าก็มีความพึงพอใจในการใช้บริการแล้ว

ความสามารถหลักด้านการครองตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในข้อย่อยที่ร้านเด็กมวกเหล็กเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทุกคน เพราะการรับประทานเด็กเป็นมือพิเศษที่ต้องจ่ายเงินราคาสูงจึงรับประทานกันนานๆครั้งเมื่อมีโอกาสไปท่องเที่ยวหรือเดินทางไปถึงถิ่นที่เด็กมีชื่อเสียงซึ่งเป็นข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมากรองลงมาเป็นที่สอง ลูกค้าจึงเลือกรับประทานเด็กมวกเหล็กด้วยเพื่อเพิ่มความอภิมรย์แก่ทริปการเดินทางนั้นยิ่งขึ้น ส่วนข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เด็กมวกเหล็กออร์อยจนต้องรับประทานซ้ำเพราะเด็กเป็นอาหารที่ปรุงด้วยเนื้อสัตว์ที่หนักท้องและค่อนข้างย่อยยาก ลูกค้าจึงอาจรับประทานไม่บ่อยมากและอาจเปลี่ยนไปลองชิมร้านอื่น อย่างไรก็ตาม ค่าเฉลี่ยของข้อเด็กมวกเหล็ก

อร่อยจนต้องรับประทานซ้ำยังอยู่ในระดับเห็นด้วยมากซึ่งลูกค้ายังอยากรับประทานอีกในทริปการเดินทางคราวหน้า

ความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในข้อย่อยที่คุณภาพวัตถุดิบของสเต็กมวกเหล็กดีและสดใหม่ทุกครั้งที่ได้รับประทาน เพราะร้านสเต็กมวกเหล็กจะควบคุมคุณภาพด้วยการใช้วัตถุดิบที่มาจากแหล่งเจ้าประจำและพยายามรักษารสชาติไว้ให้อร่อยสม่ำเสมอเช่นเดิม ส่วนข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ร้านสเต็กมวกเหล็กเป็นร้านอาหารที่ลูกค้ามีความสุขเมื่อมาใช้บริการ อาจเป็นเพราะบางร้านอาหารอร่อยแต่ลูกค้าหนาแน่นมากและจัดบรรยากาศร้านไม่สวยงามเพราะเน้นรสชาติอาหารมากกว่า ซึ่งลูกค้ายังให้ความคิดเห็นในระดับมากคือยังพอใจในการมารับประทานสเต็กนั่นเอง

5.5.4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

ลูกค้าของร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีรายได้บุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นในความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการและด้านการปฏิบัติหน้าที่แตกต่างกัน เพราะลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือนจะเคยมีประสบการณ์ในการรับประทานสเต็กคุณภาพดีในร้านที่มีบรรยากาศและจัดตกแต่งร้านอย่างดีซึ่งมีต้องจ่ายเงินในราคาสูงมากกว่ากลุ่มรายได้น้อย

ลูกค้าของร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีความถี่ในการรับประทานสเต็กแตกต่างกันมีความคิดเห็นในความสามารถหลักด้านการครองตลาดและการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน เพราะลูกค้าที่ชื่นชอบการรับประทานสเต็กและได้มีโอกาสรับประทานบ่อยจะสามารถเปรียบเทียบองค์ประกอบของการบริการในร้านสเต็กแต่ละร้านได้ดีกว่าผู้ที่รับประทานไม่บ่อย

ลูกค้าของร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งในการรับประทาน สเต็กแตกต่างกันมีความคิดเห็นในความสามารถหลักด้านการครองตลาดแตกต่างกัน เนื่องจากลูกค้าที่รับประทานสเต็กที่มีคุณภาพดี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงย่อมเลือกรับประทานในร้านที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ต่ำแสดงถึงการจำกัดงบประมาณในการรับประทานสเต็กซึ่งจะได้สเต็กที่มีคุณภาพรองลงไป ซึ่งจะเป็นลูกค้าเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่งที่แตกต่างจากลูกค้าที่คิดว่าสเต็กเป็นอาหารที่รับประทานไม่บ่อยเมื่อมีโอกาสควรเลือกรับประทานสเต็กคุณภาพดี

ลูกค้าของร้านสเต็กมวกเหล็กที่มีสถานที่รับประทานสเต็กแตกต่างกันมีความคิดเห็นในความสามารถหลักด้านการครองตลาด ด้านการดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านการปฏิบัติหน้าที่แตกต่างกัน ผู้ที่ไปร้านที่แล้วแต่ผู้ร่วมทางจะพาไปหรือร้านที่แวะได้สะดวกจะไม่รู้จักหรือไม่สามารถจะจูงร้านอร่อยจึงไม่สามารถตั้งความคาดหวังในคุณภาพและบริการของการ

รับประทานสเต็กไว้ล่วงหน้าแตกต่างจากผู้ที่เป็นลูกค้าประจำที่ตนสามารถประเมินระดับคุณภาพของสเต็กและการบริการของร้านที่เคยไปรับประทานมาแล้วได้

ลูกค้าของร้านสเต็กมักเหลือที่มีผู้ร่วมรับประทานสเต็กที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่แตกต่างกัน การไปรับประทานสเต็กกับคนรักหรือครอบครัว จะต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการรับประทานสเต็กเป็นพิเศษ เช่น คู่รักต้องการร้านที่มีบรรยากาศดีตกแต่งสวยงาม อาหารต้องอร่อยน่าประทับใจสมกับโอกาสพิเศษที่ออกมาท่องเที่ยว มีอาหารรายการอื่นสำหรับครอบครัวที่พาลูกเล็กที่ยังไม่ต้องการรับประทานสเต็กมาด้วย

5.6 ข้อเสนอแนะ

5.6.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งนี้

1) ร้านสเต็กมักเหลือมีการแบ่งส่วนตลาดตามคุณภาพและราคาของสเต็ก ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับความคาดหวังของลูกค้าและระดับราคา และมีแนวโน้มว่าร้านสเต็กมักเหลือคุณภาพและราคาปานกลางถึงสูงจะได้รับความนิยมมากกว่า เพราะสเต็กเป็นอาหารที่ผู้คนรับประทานนานๆครั้งจึงคาดหวังจะได้รับประทานสเต็กที่อร่อยให้คุ้มค่ากับการรอคอยโอกาส ส่วนกลุ่มที่รับประทานสเต็กเป็นประจำซึ่งมักจะมีรายได้สูงจะสามารถเปรียบเทียบสเต็กที่ตนเคยรับประทานและเลือก สเต็กคุณภาพดีที่ตนสามารถมีความสุขกับการรับประทานสเต็กได้

2) ควรมีการสนับสนุนการพัฒนาสูตรเฉพาะของสเต็กมักเหลือที่ผสมผสานคุณภาพวัตถุดิบและวิธีการปรุง เช่น ขอสที่ราดสเต็กมีส่วนผสมของวัตถุดิบท้องถิ่นของไทยที่สร้างเอกลักษณ์แตกต่างจากสเต็กต้นตำรับจากต่างประเทศให้เป็นสูตรมักเหลือ ซึ่งเป็น Signature ประจำท้องถิ่น

3) ชื่อของสเต็กมักเหลือเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นจึงควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รู้จักอย่างเป็นทางการ เช่นเดียวกับข้าวมันไก่ประตูน้ำที่มีโอกาสไปเปิดกิจการในต่างประเทศได้

4) จังหวัดนครราชสีมาควรมีการประชาสัมพันธ์สนับสนุนสเต็กมักเหลืออย่างต่อเนื่อง เช่น จัดทะเบียนเป็นของดีประจำจังหวัด สนับสนุนการเลี้ยงโคนเนื้อสายพันธุ์ที่เหมาะสมกับการทำสเต็ก จัดงานประกวดร้านสเต็กแชมป์เปี้ยน ประกวดการตกแต่งและนำเสนอสเต็กมักเหลือเป็นต้น

5) ร้านสเต็กมักเหลือควรนำเสนออาหารไทยควบคู่ไปกับสเต็กบ้าง เพื่อเป็นทางเลือกแก่ลูกค้าที่แวะเวียนมาในพื้นที่นั้นบ่อยครั้ง และสเต็กเป็นอาหารราคาสูงซึ่งคนส่วนใหญ่ไม่

รับประทานกันบ่อยครั้ง จึงควรมีเมนูทางเลือกบ้างเพื่อความอยู่รอดของกิจการในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว แต่ไม่ควรมียาอาหารหลากหลายมากจนเป็นภาระในการเก็บสต็อกอาหารสด

5.6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรวิจัยต่อยอดให้สเต็มกวมเหล็กเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- 2) ควรศึกษาความสามารถหลักของร้านอาหารประจำถิ่นอื่น เช่น ส้มตำโคราช ผัดหมี่โคราช ขนมจีนประโคน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสูตร ดำรงเอกลักษณ์ สร้างและเผยแพร่ชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ