

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	4
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	4
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย.....	5
1.5 สมมุติฐานงานวิจัย.....	6
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
1.7 คำสำคัญของการวิจัย.....	8
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของโครงการวิจัย.....	8
1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 ความหมายและความสำคัญของสเด็ก.....	9
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
2.3 ความสามารถหลัก.....	22
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	38
3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	39
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	39
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	44
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าผู้รับประทานสเต็กมวกเหล็ก	44
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานสเต็กมวกเหล็ก	46
4.3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก	49
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก	53
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	64
5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยว	64
5.2 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานสเต็กมวกเหล็กของนักท่องเที่ยวลูกค้าร้านสเต็กมวกเหล็ก	65
5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย จำแนกตามความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็ก	66
5.4 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน	67
5.5 อภิปรายผลการวิจัย	69
5.6 ข้อเสนอแนะ	73
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	77
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	78
ประวัตินักวิจัย	81

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าผู้รับประทานสเต็กมวกเหล็ก.....	44
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมารับประทาน.....	46
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสเต็กที่รับประทาน.....	47
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับประทาน.	47
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่รับประทาน.....	48
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมือที่รับประทานสเต็กมวกเหล็ก.....	48
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่รับประทานสเต็กมวกเหล็ก	49
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ที่ร่วมรับประทานสเต็กมวกเหล็กด้วย.	49
4.9 ภาพรวมระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถหลักของ ร้านสเต็กมวกเหล็ก.....	50
4.10 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถหลักด้าน การครองตลาด.....	50
4.11 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสามารถหลักด้านการดำรงคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และการบริการ.....	51
4.12 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสามารถหลักด้านการปฏิบัติหน้าที่....	46
4.13 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมี เพศแตกต่างกัน.....	53
4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมี อายุแตกต่างกัน.....	53
4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมี สถานภาพสมรสแตกต่างกัน.....	54
4.16 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมี อาชีพแตกต่างกัน.....	54
4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กที่ลูกค้าผู้รับประทานมี รายได้บุคคลต่อเดือนแตกต่างกัน.....	55
4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสเต็กมวกเหล็กด้านการดำรง คุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของลูกค้าที่มีรายได้บุคคลต่อเดือนแตกต่างกัน.....	55

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็ก ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของลูกค้ำที่มี รายได้บุคคลต่อเดือน แตกต่างกัน.....	56
4.20 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กของลูกค้ำที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน.....	56
4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กของลูกค้ำที่มี ความถี่ในการรับประทาน แตกต่างกัน.....	57
4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็ก ด้านการครองตลาดของลูกค้ำที่มีความถี่ในการรับประทาน แตกต่างกัน.....	57
4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กด้าน การดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของลูกค้ำที่มีความถี่ในการรับประทาน แตกต่างกัน.....	58
4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กของลูกค้ำที่มี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง แตกต่างกัน.....	58
4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กด้านการ ครองตลาดของลูกค้ำที่มี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง แตกต่างกัน.....	59
4.26 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กของลูกค้ำที่มี มือที่รับประทานแตกต่างกัน.....	59
4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กของลูกค้ำที่มี สถานที่รับประทานแตกต่างกัน.....	60
4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็ก ด้านการครองตลาดของลูกค้ำที่มีสถานที่ที่รับประทานแตกต่างกัน.....	60
4.29 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กด้านการ ดำรงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการของลูกค้ำที่มีสถานที่ ที่รับประทานแตกต่างกัน.....	61
4.30 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็ก ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของลูกค้ำที่มีสถานที่ที่รับประทาน แตกต่างกัน.....	61
4.31 ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กของลูกค้ำที่มี ผู้ร่วมรับประทาน แตกต่างกัน.....	62
4.32 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความสามารถหลักของร้านสะดวกเล็กด้านการ ปฏิบัติหน้าที่ของลูกค้ำที่มีผู้ร่วมรับประทานแตกต่างกัน.....	62

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 สเด็กและอาหารเครื่องเคียง.....	1
1.2 ระดับความสุขของการปรุงสเด็กตามคำสั่งของลูกค้า.....	4
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2.1 สเด็กต่างๆ.....	9
2.2 ส่วนต่างๆของวัวที่นำมาทำสเด็ก.....	14
2.3 ร้านสเด็ก.....	17
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	39