



การศึกษาอิสระ

การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร
GRILL BUFFET BUSINESS MANAGEMENT : A CASE STUDY OF BUFFET
GRILL, CHUMPHON PROVINCE.

นางสาวศิริวรรณ อุดริ
รหัสนักศึกษา 62205052

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ปีการศึกษา 2563
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



INDEPENDENT STUDY

GRILL BUFFET BUSINESS MANAGEMENT: A CASE STUDY OF BUFFET
GRILL, CHUMPHON PROVINCE.

MRS. SIRIWAN AUDTARI
STUDENT ID 62205052

INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT

FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION

KING IKIIMONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการปี 2020 เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2020

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

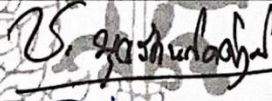

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองการศึกษาอิสระ

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย
จังหวัดชุมพร
Grill Buffet Business Management : A Case Study of Butter
Grill, Chumphon Province.

ชื่อนักศึกษา นางสาวศิริวรรณ อุดริ
รหัสประจำตัว 62205052
ปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

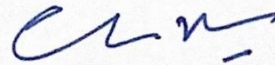
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ

| อาจารย์ผู้ควบคุมการศึกษาอิสระ | ลายมือชื่อ |
|---|--|
| รองศาสตราจารย์ ดร.ชนนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ |  |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชรระ ศิลป์เสวตร์ |  |

วัน/เดือน/ปีที่สอบวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ.2564 เวลา 13.00 – 16.00 น.

สถานที่สอบ ห้องประชุมดอกประดู่

เห็นชอบ/รับรอง



(ดร.ชุตินันต์ บุญวอล)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 20 เดือน ตค พ.ศ. 64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|-------------------------------|--|
| การศึกษาอิสระ | การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษาร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร |
| ชื่อ-สกุล | นางสาวศิริวรรณ อุดริ |
| รหัสนักศึกษา | 62205052 |
| ปริญญา | บริหารธุรกิจบัณฑิต |
| สาขา | บริหารธุรกิจ |
| ปีการศึกษา | 2563 |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ | รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ |

บทคัดย่อ

การศึกษาอิสระเรื่องการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง 2) เพื่อศึกษาด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างร้านย่างเนย จำนวน 302 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย T-test , F-test One-way ANOVA และ Multiple Linear Regression Analysis โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านย่างเนย เป็นเพศหญิง อายุ 19-30 ปี ระดับการศึกษาระดับปวช./ปวส. อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท ผลพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างกรณีศึกษา ร้านย่างเนย ชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการให้บริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

คำสำคัญ: ด้านการบริการ, การจัดการบุฟเฟ่ต์, ความพึงพอใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|-----------------------------------|---|
| Independent Study | Grill Buffet Bbusiness Management: A Case Study of Butter Grill, Chumphon Province. |
| Student's Name | MRS. SIRIWAN AUDTARI |
| Student ID | 62205052 |
| Degree | Bachelor of Business Administration |
| Program | Business Administration |
| Year | 2563 |
| Independent Study Advisors | Assoc. Prof. Dr. Chanathat Boonrattanakittibhumi |

Abstract

An independent study on the management of a grilled buffet business: a case study of Yang Noey restaurant, Chumphon province with objectives. 1) To study the demographics in terms of gender, age, education level, occupation, income, use of buffet grilling service. 2) To study the management of buffet grilling service. 3) To study the satisfaction of service users The sample group of grilled buffet restaurant was 302 users of grilled buffet restaurant, grilled butter restaurant, using a questionnaire as a tool to collect data. The statistics used in the data analysis were descriptive statistics consisting of frequency, percentage, mean, standard deviation. and inferential statistics consisting of T-test, F-test One-way ANOVA and Multiple Linear Regression Analysis with statistical significance at .05 level.

The results showed that General information found Consumers who used to use the service of grilled butter shop were female, aged 19-30 years, vocational education level/vocational vocational level. Student/student occupation, income less than 10,000 baht, found that personal factors The difference affects the management standard of buffet grill business, case study, Grill Noey Restaurant, Chumphon differed statistically at .05 level. and the satisfaction of service users towards the management of the grilled buffet restaurant, Yang Noey restaurant, Chumphon province with a statistical significance at the .05 level.

Keywords: service, buffet management, satisfaction

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุงและความช่วยเหลือจากทุกฝ่าย ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ นอกจากนี้ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชรระ ศิลป์เสวตร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญญาก็ค หล้าแหล่ง ดร.กิตติ แก้วเขียว และ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล ซึ่งชี้แนะแนวทางในการทำให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการศึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งยังดูแลเอาใจใส่และให้กำลังใจในการทำโครงการพิเศษศึกษาด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา รวมทั้งเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจผลักดันให้การศึกษาลุล่วงไปได้ด้วยดีพร้อมทั้งช่วยหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความรักและความเข้าใจเสมอ

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอมอบคุณประโยชน์และความดีอันพึงมีคุณค่าจากการศึกษาอิสระเล่มนี้ผู้ศึกษาขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่งที่ให้การศึกษาศึกษาอิสระเล่มนี้สำเร็จลงได้ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่านซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ศิริวรรณ อุตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | I |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | II |
| กิตติกรรมประกาศ..... | IV |
| สารบัญ..... | V |
| สารบัญตาราง..... | VII |
| สารบัญภาพ..... | VIII |
| | |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 คำถามในการวิจัย..... | 2 |
| 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 2 |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย..... | 2 |
| 1.5 ขอบเขตของการวิจัย..... | 2 |
| 1.6 สมมติฐานการวิจัย..... | 3 |
| 1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย..... | 4 |
| 1.8 นิยามศัพท์..... | 4 |
| | |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 6 |
| 2.1 ประวัติและความเป็นมาของร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง..... | 6 |
| 2.2 การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง..... | 7 |
| 2.3 ประวัติและความเป็นมาของร้านย่างเนย..... | 8 |
| 2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง..... | 8 |
| 2.5 ประเภทของน้ำจิ้ม และเนื้อสัตว์..... | 9 |
| 2.6 ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค..... | 9 |
| 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 10 |
| | |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา..... | 20 |
| 3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มเป้าหมาย..... | 20 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา..... | 21 |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้วงไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น | 22 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัยของเอกสารทุกครั้งที่มีกรณีนำไป | 22 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 4 ผลการศึกษาข้อมูล..... | 24 |
| 4.1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... | 24 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟต์ ปิ้งย่าง..... | 26 |
| 4.3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน บุฟเฟต์ปิ้งย่าง..... | 29 |
| 4.4 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟต์ ปิ้งย่าง..... | 31 |
| 4.5 ด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่างที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจ บุฟเฟต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร..... | 34 |
| 4.6 ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการ ธุรกิจบุฟเฟต์ ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัด ชุมพร..... | 40 |
| 4.7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการ จัดการธุรกิจบุฟเฟต์ ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัด ชุมพร..... | 41 |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... | 43 |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา..... | 43 |
| 5.2 อภิปรายผลการศึกษา..... | 46 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา..... | 48 |
| บรรณานุกรม..... | 49 |
| ภาคผนวก..... | 52 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม..... | 53 |
| ภาคผนวก ข ค่าคุณภาพแบบสอบถาม ค่าความเที่ยงตรง..... | 60 |
| ภาคผนวก ค ผลการศึกษาทางสถิติ..... | 74 |
| ภาคผนวก ง ภาพงานวิจัย..... | 82 |
| ประวัติย่อผู้ศึกษา..... | 87 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำหรือเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 2.1 | สรุปตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และงานวิจัย..... | 18 |
| 3.1 | ตาราง Krejcie & Morgan (1970)..... | 20 |
| 4.1 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ..... | 24 |
| 4.2 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ..... | 25 |
| 4.3 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา.... | 25 |
| 4.4 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อาชีพ..... | 26 |
| 4.5 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน..... | 26 |
| 4.6 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการบริการ..... | 27 |
| 4.7 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการจัดร้าน..... | 27 |
| 4.8 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านพนักงาน..... | 28 |
| 4.9 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเมนูอาหาร..... | 28 |
| 4.10 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านรูปลักษณ์..... | 29 |
| 4.11 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการตอบสนองลูกค้า..... | 29 |
| 4.12 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการนำเชือกถักไว้วางใจ..... | 30 |
| 4.13 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า..... | 31 |
| 4.14 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์..... | 31 |
| 4.15 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเครื่องมือ..... | 32 |
| 4.16 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเครื่องมือ..... | 32 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | | |
|------|---|----|
| 4.17 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านวัตถุดิบ..... | 33 |
| 4.18 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการบริหารระบบ..... | 33 |
| 4.19 | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านขวัญและกำลังใจ..... | 34 |
| 4.20 | การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษาร้าน ย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ..... | 34 |
| 4.21 | การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษาร้าน ย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ..... | 35 |
| 4.22 | การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่าง เนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา..... | 37 |
| 4.23 | การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้าน ย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ..... | 38 |
| 4.24 | การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้าน ย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้..... | 39 |
| 4.25 | การทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรต้นทางอิทธิพลของด้านการ บริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ ปิ้งย่าง..... | 40 |
| 4.26 | การทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรต้นทางอิทธิพลของความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างมีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจ บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง..... | 41 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| 1.1 | กรอบแนวคิดการวิจัย..... | 4 |
| 1 | ร้านย่างเนย ตั้งอยู่ 182 สหกรณ์ 3 ตำบลท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร | 84 |
| 2 | ชุดบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสุดปัง ราคา 199 บาท | 85 |
| 3 | เมนูอาหารซีฟู้ด | 86 |
| 4 | บุฟเฟ่ต์ย่างเนยโคขุนกระทะร้อน | 86 |
| 5 | บรรยากาศภายในร้านย่างเนย | 87 |
| 6 | บุฟเฟ่ต์เมนูอาหาร ของร้านย่างเนย | 87 |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันโลกได้เปลี่ยนเป็นยุคที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยี คนในสมัยก่อนบริโภคเพื่อให้มีชีวิตอยู่รอด แต่ในปัจจุบันการบริโภคนั้นเปลี่ยนไป จากการบริโภคเพื่อดำรงชีวิตเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการความสุขในการบริโภคมากยิ่งขึ้นและด้วยสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นสังคมที่มีความสะดวกสบาย มีแต่ความเร่งรีบ รวดเร็วและส่วนมากเริ่มใช้ชีวิตอยู่คนเดียวมากขึ้น คนส่วนมากจึงนิยมที่จะซื้ออาหารกินจากร้านอาหารมากกว่าเสียเวลาซื้อของจากตลาดไปทำอาหารเองที่บ้านซึ่งร้านอาหารในปัจจุบันก็มีจำนวนมากมาย สร้างทางเลือกจำนวนมากให้กับผู้บริโภค ร้านอาหารในปัจจุบันนี้ก็มีหลากหลายประเภท อาหารไทย อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น อาหารนานาชาติ ถ้ากล่าวถึงรูปแบบการรับประทานอาหารที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ นั่นก็คืออาหารประเภทบุฟเฟต์

อาหารประเภทบุฟเฟต์เป็นอาหารที่เราสามารถเลือกรับประทานอาหารได้หลากหลาย และยังสามารถทานได้นาน ในประเทศไทย เริ่มมีวัฒนธรรมการกินบุฟเฟต์มากขึ้นเรื่อย ๆ สังเกตจากปริมาณร้านอาหารที่เปิดเป็นร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ ซึ่งมีหลากหลายระดับราคา ได้แก่ 50-100 บาท เช่น บุฟเฟต์ขนมจีน บุฟเฟต์ข้าวราดแกง เป็นต้น ราคา 101-200 บุฟเฟต์หมูกระทะ บุฟเฟต์เค้ก บุฟเฟต์ไอศกรีม บุฟเฟต์อาหารอิตาเลียน บุฟเฟต์อาหารกลางวัน เป็นต้น ราคา 201-500 บาท เช่น บุฟเฟต์เนื้อย่าง บุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่น เป็นต้น และ ราคาตั้งแต่ 501 บาทขึ้นไป ส่วนมากจะเป็นอาหารนานาชาติหรืออาหารจีนที่อยู่ในระดับที่มีคุณภาพสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาหารบุฟเฟต์เริ่มที่จะกลายเป็นวัฒนธรรมที่คนไทยนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน

ธุรกิจร้านอย่างเนย บุฟเฟต์โคขุนกระทะร้อน เริ่มก่อตั้งและดำเนินกิจการร้านภายใต้บุคคล 2 ท่าน คือ คุณมายด์ ลิขสิทธิ์ และคุณไมค์ ชนะสิทธิ์ โดยเริ่มแรกได้เปิดกิจการภายใต้ชื่อ ร้านเหล่าเรียน ภายในอาคารพาณิชย์ขนาดเล็กใกล้กับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) ต่อมา ในวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2558 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ร้านอย่างเนย” ภายใต้การบริหารของทั้ง 2 ท่าน และเนื่องจากกิจการร้านอย่างเนยประสบความสำเร็จอย่างมั่งคั่งได้ขยายสาขาเพิ่มเติมที่ “อย่างเนย@ ธรรมศาสตร์เชียงใหม่ 2” เป็นสาขา ลำดับที่ 2 และในเวลาต่อมาได้มีการขยายสาขาเพิ่มเติมในรูปแบบของ Partner และ Franchise (ไมค์-ชนะสิทธิ์ แสงรุ่งคงคา)

ร้านอย่างเนยเป็นร้านอาหารประเภทปิ้งย่างกระทะร้อน ที่เน้นวัตถุดิบที่สดสะอาดถูกหลักอนามัย มีทั้งอาหารสดและของทานเล่น พร้อมรสชาติอาหารที่ถูกปากที่พร้อมกับความใส่ใจจากพนักงานทุกคน ทางร้านใส่ใจเรื่องรายละเอียดของลูกค้าเสมอ เพื่อผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า โดยมี Concept ร้านว่า “เหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา”
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญ และมีความสนใจที่จะวิจัยเรื่อง การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา ร้านย่างเนย สาขาชุมพร เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ ตัดสินใจและเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงรูปแบบ มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.2 คำถามในการวิจัย

การศึกษาอิสระ เรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษาร้านย่างเนย สาขาชุมพร มีปัจจัยอะไรบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษาร้านย่างเนย สาขาชุมพร มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

1.3.2 เพื่อศึกษาด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

1.3.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษาร้านย่างเนย สาขาชุมพร มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

1.4.1 ทราบถึงด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

1.4.2 ทราบถึงด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

1.4.3 ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษาร้านย่างเนย สาขาชุมพร มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานการให้บริการด้านจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง และความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษาร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ลิขสิทธิ์นี้ใช้คุ้มครองเฉพาะเรื่องและต่อเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร

-เขตตลาดเมืองชุมพร จำนวน 1,458 คน

ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

- ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านยางเนย สาขาชุมพร ในอำเภอเมือง จังหวัด

ชุมพร

1.5.4 ขอบเขตระยะเวลา

โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 16 กรกฎาคม 2563 – 31 พฤษภาคม 2564

1.6 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษาร้านยางเนย สาขาชุมพร มีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1.6.1 ด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านยางเนย จังหวัดชุมพร

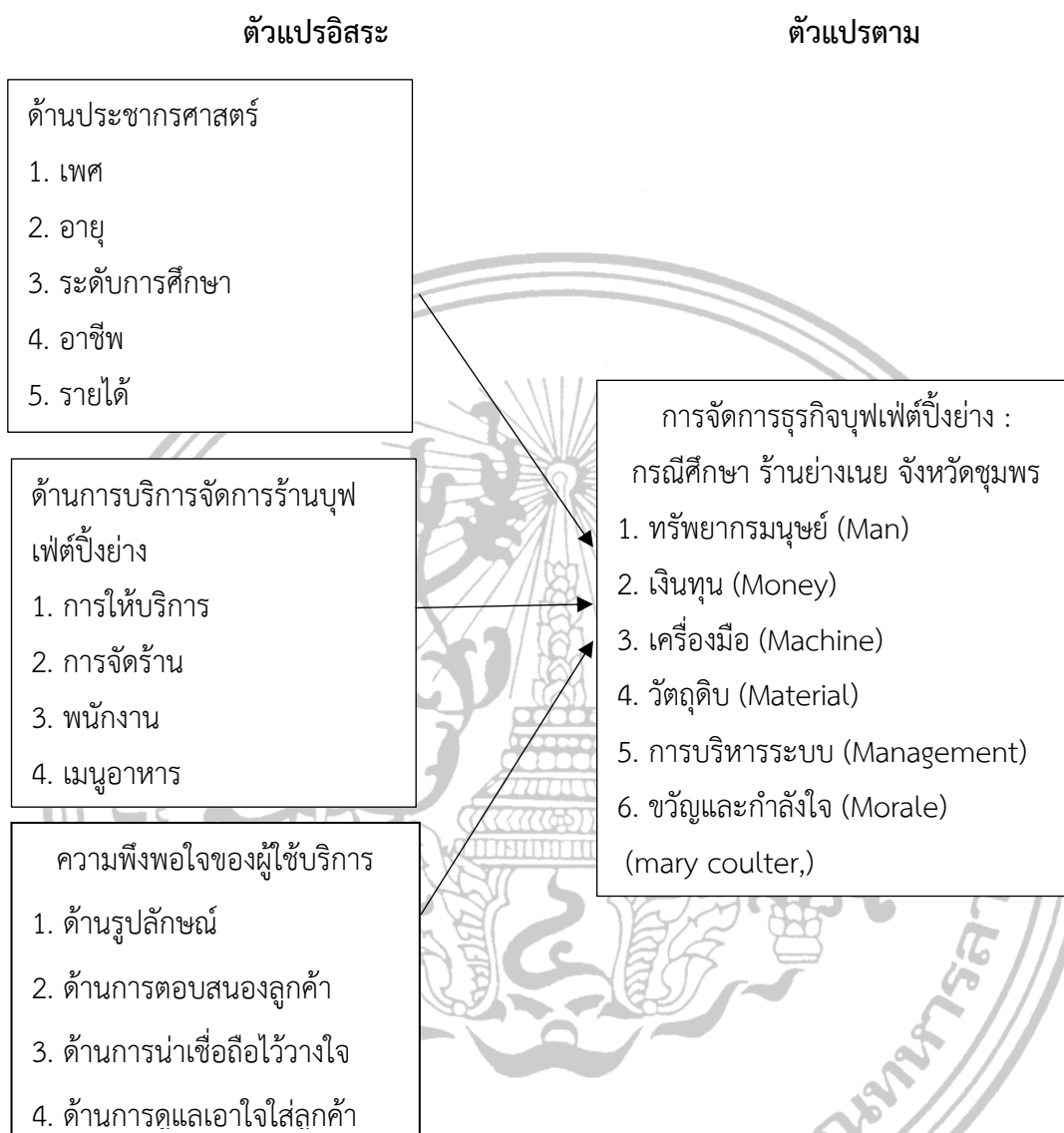
1.6.2 ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านยางเนย จังหวัดชุมพร

1.6.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านยางเนย จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น คือผู้แต่งเป็นผู้วิจัยลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.8 นิยามศัพท์

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษาร้านย่างเนย สาขาชุมพร มีนิยามศัพท์ ดังนี้

1.8.1 บุฟเฟ่ต์ (Buffet) ในภาษาไทย เรียกการเลี้ยงอาหารแบบที่จัดวางอาหารทั้งหมดไว้บนโต๊ะ และให้ลูกค้าเดินไปตักอาหารต่าง ๆ นั้นด้วยตนเอง ในบางครั้งอาจมีผู้ช่วยจัดอาหารไว้เป็นงานๆ แต่ผู้ที่เป็นลูกค้าก็ต้องไปหยิบอาหารเหล่านั้นเอง ปัจจุบัน คำว่า “บุฟเฟ่ต์” ในภาษาไทยได้ขยายความหมาย ถึงแบบการขายอาหารซึ่งผู้ขายจัดอาหารไว้หลายอย่าง และคิดราคาอาหารเหมา

เป็นรายบุคคลด้วย ผู้ซื้อเลือกหยิบอาหารรับประทานเองและรับประทานได้เต็มที่ตามความพอใจทั้งมีการจัดอาหารหลาย ๆ แบบด้วย เช่น บุฟเฟ่ต์อาหารไทย บุฟเฟ่ต์อาหารเจ บุฟเฟ่ต์ข้าวต้ม

1.8.2 การวางแผน คือ กระบวนการคิดก่อนลงมือทำ เพื่อกำหนดแผนงานไว้เป็นการล่วงหน้าเพื่อผลสำเร็จที่ตรงตามเป้าหมาย. การวางแผนและกระบวนการทางการบริหารและการจัดการ

1.8.3 ธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมของบุคคล หรือ กลุ่มบุคคล ที่ร่วมกันในการดำเนินการผลิต การจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะได้รับผลตอบแทนหรือผลกำไรจากการดำเนินกิจกรรมนั้น

1.8.4 การจัดการ หมายถึง กระบวนการ กิจกรรมหรือการศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ในอันที่จะเชื่อมั่นได้ว่า กิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปในแนวทางที่จะบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน้าที่อันที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งสถานะที่จะเอื้ออำนวยต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ ด้วยความพยายามร่วมกันของกลุ่มบุคคล

1.8.5 การบริการ (Service) คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นการบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กรของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ เป็นต้น ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ

1.8.6 การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจในการให้บริการที่รวดเร็วและมีความยินดีช่วยลูกค้า

1.8.7 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความซื่อสัตย์และเชื่อถือได้ของผู้ให้บริการและองค์กร

1.8.8 ความแน่นอน (assurance) คือ การให้ความรู้ ความสุภาพของพนักงานและความสามารถในการส่งมอบความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

1.8.9 พนักงานเสิร์ฟ ให้บริการอาหาร เครื่องดื่มแก่ลูกค้าที่โต๊ะ และช่วยประสานงานตามคำขอของลูกค้า 1.ต้อนรับ และอธิบายเมนูอาหารให้กับลูกค้า หรือแนะนำอาหาร และเครื่องดื่มที่ลูกค้าอาจสนใจ 2. จัดคำสั่งซื้ออาหารในใบสั่งซื้อ หรือป้อนคำสั่งซื้อลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อส่งให้กับเจ้าหน้าที่ภายในห้องครัว 3. ตรวจสอบว่าลูกค้าได้รับรายการที่สั่งครบถ้วน 4. ดูแลลูกค้า และดำเนินการแก้ไขเมื่อเกิดปัญหา 5. รับชำระเงินค่าอาหารและเครื่องดื่มจากลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและเปลี่ยนแปลงข้อมูลอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษาร้านย่างเนย สาขาชุมพร ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการเพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายใต้หัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 ประวัติและความเป็นมาของร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
- 2.2 การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
- 2.3 ประวัติและความเป็นมาของร้านย่างเนย
- 2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
- 2.5 ประเภทของน้ำจิ้ม และเนื้อสัตว์
- 2.6 ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติความเป็นมาของร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

จุดเริ่มต้นของความอร่อยที่ผู้บริโภคชอบกันนั้นมีตำนานมาตั้งแต่สมัยมองโกลกษัตริย์ในดั้งเดิมโบราณเกิดมาจากทหารมองโกลพักศึกสงครามในสนามรบแต่เมื่อเกิดอาการหิวไม่มีอะไรเป็นอุปกรณ์ทำอาหารกิน ก็เลยใช้หมวกทหารมองโกลที่ลักษณะเป็นเหล็ก มาใช้แทนเป็นที่ย่างเนื้อหลังจากนั้นการออกแบบกระทะ เลยออกมาคล้ายหมวกทหาร ลักษณะโค้งมนตรงกลาง แต่เป็นเพียงเรื่องเล่าไม่ได้มีหลักฐานจารึกชัดเจน แต่บันทึกที่ค้นพบครั้งแรก ในเมื่อปี ค.ศ. 1918 ที่ฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น สมัยฮอกไกโดเลี้ยงแกะอย่างมากในยุคนั้นเพื่อเอาหนังไปใช้ จึงทำให้เนื้อแกะล้นตลาด รัฐบาลญี่ปุ่นเลยส่งเสริมให้กินเนื้อแกะ จนถึงปี ค.ศ. 1936 มีเปิดร้านอาหารลักษณะแบบนี้ที่โตเกียว จำนวนมาก ใช้ชื่อว่าร้านเจงกิสข่าน เมื่อนี้จึงถูกเรียกกันโดยทั่วไปว่า เนื้อย่างเจงกิสข่าน

อีกด้านหนึ่ง ยังมีความนิยมในการรับประทานลักษณะเดียวกันนี้คือ เนื้อย่างเกาหลีที่ชื่อว่า บูโกลกิ และ กัลบี้ และเป็นที่นิยมอย่างมากในญี่ปุ่น ในสมัยศตวรรษที่ 20 โดยเฉพาะหลังจากยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งร้านอาหารที่เสิร์ฟปิ้งย่าง จะบอกว่าร้านนั้นเสิร์ฟเมนูแบบ โซะโรมอนยากิ หรือเรียกสั้นๆว่าอาหาร โซซอน ส่วนในประเทศไทย คาดว่าได้มีการเปิดร้านหมูกระทะในช่วงปี พ.ศ. 2500 ซึ่งแรกเริ่มจะมีการขายในภัตตาคารเรียกว่าเนื้อย่างเจงกิสข่าน ส่วนในภาคอีสานนั้นจะเรียกว่าเนื้อย่างเกาหลีโดยที่จังหวัดอุบลราชธานี จะมีร้านต้นตำรับที่เรียกว่า “หมื่นทิพย์เนื้อย่างเกาหลี” โดยยุคแรกนั้นจะมีการเสิร์ฟเป็นชุด ๆ มากกว่าอีก ร้านหนึ่งที่เรียกว่าเป็นต้นตำหรับคือ “ร้านโตโดมอน” มีการขายอาหาร โดยให้ลูกค้าได้ปิ้งย่างรูปแบบใหม่ ด้วยการทำเป็นร้านปิ้งย่างสไตล์บุฟเฟ่ต์ ลูกค้าสามารถเลือกอาหารได้ตามใจจากเมนูหลากหลายที่มี จนถึงทุกวันนี้ที่มีการพัฒนาการของร้านบุฟเฟ่ต์

หมูกระทะ ให้ได้เลือกรับประทานกันหลากรูปแบบตามความชอบของ แต่ละท่าน ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

1. โชว์จุดเด่นของวัตถุดิบการที่ลูกค้าจะเลือกเข้าร้านปิ้งย่างแบบบุฟเฟ่ต์ส่วนหนึ่งเพราะวัตถุดิบในร้านที่ยิ่งพิเศษยิ่งดึงดูดความน่าสนใจ เจ้าของร้านต้องโปรโมทความสุดยอดของวัตถุดิบที่ตัวเองมีให้น่าสนใจเช่นที่ร้านมีเนื้อสันนอก สันใน เซอร์ลอย ทีโบน หรือใครที่ไม่ทานเนื้อก็ยังต้องมีเนื้อหมู ไก่ หมัก กุ้ง หรือซีฟู้ด เป็นต้น

2. สร้างกำลังใจให้กับพนักงานคนทำงานย่อมต้องการสิ่งตอบแทนที่คุ้มค่าโดยเฉพาะบุฟเฟ่ต์ที่ต้องมีพนักงานจำนวนมากทั้งแผนกอาหารสด แผนกครัว แผนกล้างจาน ร้านบุฟเฟ่ต์ที่อยู่รอด และมีกำไรเขาสามารถซื้อใจลูกน้องได้ นั้นหมายถึงมีการดูแลด้านสวัสดิการที่ดี มีอัตราค่าจ้างที่เป็นธรรม และทำให้พนักงานรู้สึกทำงานที่ร้านแล้วชีวิตมีความมั่นคง

3. แรงงานไทยหายากดูแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านบ้างก็ดี จะว่าไปคนไทยเดี๋ยวนี้หาจ้างยากมากส่วนใหญ่ที่ดีก็มีมากแต่ส่วนใหญ่เช่นกันที่ออกแนวขี้เกียจและไม่ขยันทำงานเหตุนี้ลงผสมผสานกับแรงงานจากเพื่อนบ้านคัดสรรเอาเฉพาะคนที่น่าไว้วางใจ ข้อดีของแรงงานกลุ่มนี้คือขยันและทุ่มเทให้กับการทำงานมาก

4. อย่าลืมเรื่องออนไลน์สมัยนี้อะไรก็ต้องออนไลน์ไว้ก่อนไม่ว่าจะเป็นเฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ เจ้าของร้านต้องเล่นกับสื่อเหล่านี้ให้เป็น ถ้าทำได้ก็อาจจะไลฟ์สดให้เห็นบรรยากาศร้าน ความพิเศษของเมนู หรือมีกิจกรรมปังๆ ก็อย่าลืมแชร์ให้โลกรับรู้บ้าง

5. ลูกค้าเก่าอย่าปล่อยให้หลุดมือหัวใจสำคัญของธุรกิจคือฐานลูกค้าเดิม หากไม่มีลูกค้าใหม่เข้ามาก็ต้องหาวิธีรักษาลูกค้าเก่าให้อยู่กับเราได้นานที่สุดซึ่งก็มีวิธีมากมายที่ใช้ร่วมกันได้เช่นจัดโปรโมชั่น หรือให้สิทธิพิเศษลดราคา หรือมอบของขวัญในวันพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น

6. มีวิธีรับมือในช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้าร้านเยอะๆ ลูกค้ามาเยอะถือเป็นเรื่องดีแต่ในมุมกลับกันหากลูกค้ามาแล้วเกิดไม่ได้รับบริการที่ดี งานนี้ก็ปั่นดาบสองคมได้เช่นกัน เจ้าของร้านควรคิดว่าจะทำอย่างไรให้ลูกค้าทุกคนรู้สึกพอใจเช่นมีที่นั่งเพียงพอ อาหารเพียงพอ บริการจัดโต๊ะที่รวดเร็ว เป็นต้น

7. ธุรกิจจะดีจะรอดก็เพราะลานจอดรถเป็นความจำเป็นที่หากเราจะทำร้านสไตล์นี้ควรมีจุดจอดรถที่ดีและไม่ควรไกลจากร้านเกินไปอาจจะดูเป็นปัจจัยที่ต้องลงทุนมากแต่ถ้าเราเป็นลูกค้าและต้องเลือกระหว่างร้านที่มีที่จอดรถกับร้านที่ไม่มีที่จอดรถรับรองว่าเราต้องเลือกร้านแรกก่อนแน่นอน

8. เมนูบุฟเฟ่ต์เนื้อโคขุนสุตพรีเมียม หมูหมัก หมูสามชั้น สันคอหมู ไก่หมักคุณภาพดี เนื้อสีชมพูอ่อน หมักด้วยงา กุ้ง ไข่กรอกชีส ผักนานาชนิด ซีฟู้ดไม้อั่น หมักกรอบ ปลาหมักปลาตอลลี สีขาวนวลเนื้อแน่นเต่ง เนย ยำลูกชิ้น

9. การจัดร้าน จะเน้นความหลากหลายของอาหารเพื่อตอบโจทย์ และครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งอาหารสด ผักสด อาหารทอดต่างๆ รวมถึงของหวาน เชบวุ้น ไอศกรีม

10. ธุรกิจต้องเน้น Volume ร้านใหญ่ได้เปรียบกว่า หลายคนคิดว่าทำบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างเริ่มจากร้านเล็ก ๆ แล้วค่อยขยาย แต่ในความเป็นจริงหากคิดจะลงทุนก็ควรเพิ่มสัดส่วนร้านให้ใหญ่อย่าง

พอเหมาะ อย่าลืมนำร้านสไตล์นี้ต้องเน้นปริมาณลูกค้าให้มาก เพื่อถัวเฉลี่ยระหว่างคนกินมากกับคนกินน้อย หากมีโต๊ะน้อย ลูกค้าน้อยก็อาจไม่คุ้มทุนได้หรือลูกค้าน้อยแต่ราคาสูงก็ไม่ดึงดูดใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกเช่นกัน ธุรกิจปิ้งย่างสไตล์บุฟเฟต์ เป็นการลงทุนที่มีคู่แข่งอยู่ไม่น้อยดังนั้นเรื่องของทำเลและการบริหารจัดการถือว่าสำคัญมาก เราต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกพอใจและอยากมากกลับมาใช้บริการของเราให้ได้มากที่สุด

2.3 ประวัติและความเป็นมาของร้านย่างเนย

ธุรกิจร้านย่างเนย บุฟเฟต์โคขุนกระทะร้อน เริ่มก่อตั้งและดำเนินกิจการร้านภายใต้บุคคล 2 ท่าน คือ คุณมายด์ ลิขสิทธิ์ และคุณไมค์ ชนะสิทธิ์ โดยเริ่มแรกได้เปิดกิจการภายใต้ชื่อร้านเหล้าเรียน ภายในอาคารพาณิชย์ขนาดเล็กใกล้กับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) ต่อมาในวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2558 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ร้านย่างเนย” ภายใต้การบริหารของทั้ง 2 ท่าน และเนื่องจากกิจการร้านย่างเนย ประสบความสำเร็จอย่างมากจึงได้ขยายสาขาเพิ่มที่ “ย่างเนย @ ธรรมศาสตร์เชิงรอก 2” เป็นสาขา ลำดับที่ 2 และในเวลาต่อมาได้มีการขยายสาขาเพิ่มเติมในรูปแบบของ Partner และ Franchise

ร้านย่างเนยเป็นร้านอาหารประเภทปิ้งย่างกระทะร้อน ที่เน้นวัตถุดิบที่สดสะอาดถูกหลักอนามัย มีทั้งอาหารสดและของทานเล่น พร้อมรสชาติอาหารที่ถูกปากที่พร้อมกับความใส่ใจจากพนักงานทุกคน ทางร้านใส่ใจเรื่องรายละเอียดของลูกค้าเสมอ เพื่อผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของลูกค้า โดยมี Concept ร้านว่า “เหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา”

2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบุฟเฟต์ปิ้งย่าง

ส่วนคำว่า บุฟเฟต์ (บุฟ-เฟ้) เป็นคำมาจากภาษาฝรั่งเศสว่า buffet หมายถึง การรับประทานอาหารแบบที่มีอาหารวางหลาย ๆ ชนิดจัดวางไว้บนโต๊ะให้แขกที่ได้รับเชิญมาเลือก รับประทานอาหารกับเครื่องดื่ม ในขณะที่สนทนากันก่อนที่จะให้เขานั่งโต๊ะอาหารเพื่อ รับประทานอาหารหลักในการเลี้ยงอาหารกลางวัน หรืออาหารค่ำต่อไป (บุฟเฟต์ โดย ศ.ดร.21 กาญจนา นาคสกุล) ในภาษาไทย ใช้คำว่า บุฟเฟต์ เรียกการเลี้ยงอาหารแบบที่จัดวางอาหาร ทั้งหมดไว้บนโต๊ะ และให้ผู้ที่ เป็นแขกในงานเดินไปตักอาหารต่าง ๆ นั้นได้ด้วยตนเอง ในบางครั้งอาจ มีผู้ช่วยจัดอาหารไว้เป็นงานๆ แต่ผู้เป็นแขกก็ต้องไปหยิบอาหารเหล่านั้นเอง ปัจจุบันคำว่า บุฟเฟต์ ในภาษาไทยได้ขยายความ หมายถึงแบบการขายอาหาร ซึ่งผู้ขายอาหารไว้หลายอย่าง และคิดราคาอาหารเหมาะเป็นรายบุคคล ด้วยผู้ซื้อเลือกหยิบอาหาร รับประทานเองและรับประทานได้เต็มที่ตามความพอใจ ทั้งมีการจัดอาหารหลาย ๆ แบบด้วย เช่น บุฟเฟต์อาหารไทย บุฟเฟต์หมูกระทะ (กาญจนา นาคสกุล)

เอกสารนี้ **2.5 ประเภทของน้ำจิ้ม และเนื้อสัตว์** การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำจิ้ม เป็นเครื่องชูรสอาหารที่แพร่หลายในประเทศไทย ประกอบไปด้วยรสเค็ม, รสหวาน, รสเผ็ด และรสเปรี้ยว โดยน้ำจิ้มมักจะเหลวมากกว่าน้ำพริก น้ำจิ้มสามารถรับประทานกับอาหารประเภทต่างและหนึ่งได้ โดยน้ำจิ้มนี้ประกอบไปด้วยกระเทียม น้ำปลา น้ำมะนาว และพริกขี้หนูน้ำจิ้มที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย ได้แก่

1. น้ำจิ้มไก่ เป็นน้ำจิ้มที่พบได้แพร่หลายทั่วประเทศ มีรสหวานมาก เผ็ดน้อย มักจะถูกเรียกว่าซอสพริกหวาน นิยมรับประทานคู่กับไก่ย่าง, ไก่ทอด หรือทอดมันปลาทรายเป็นหลัก
 2. น้ำจิ้มแจ่ว นิยมรับประทานคู่กับข้าวเหนียว, หมูปิ้ง, หมูย่าง หรือไก่ย่าง
 3. น้ำจิ้มสะเต๊ะ รับประทานคู่กับหมูสะเต๊ะ
 4. อาจจะมีส่วนผสมของแตงกวา หัวหอมและพริก ผสมกับน้ำส้มสายชู รับประทานคู่กับหมูสะเต๊ะ
 5. น้ำจิ้มสุกี้รับประทานคู่กับสุกี้ยากี้ มีส่วนผสมของน้ำมันงาและน้ำมันหอย
 6. น้ำจิ้มเต้าเจี้ยว มีส่วนผสมของเต้าเจี้ยว รับประทานคู่กับข้าวมันไก่
 7. น้ำจิ้มทะเล มีส่วนผสมของกระเทียม, น้ำปลา, น้ำมะนาว, น้ำตาล และพริก รับประทาน คู่กับอาหารทะเลอย่างหรือหนึ่ง
 8. น้ำจิ้มทอดมัน รับประทานคู่กับทอดมันปลา คล้ายกับน้ำจิ้มไก่ แต่มีส่วนผสมของแตงกวา, ถั่วบด และผักชี โดยทอดมันกุ้งกับทอดมันปูจะรับประทานคู่กับน้ำจิ้มบ๊วยแทน
 9. น้ำจิ้มแป๊ะชะ รับประทานคู่กับปลาหนึ่งในทะเลสาบลึก
- เนื้อ (meat) หมายถึง เนื้อจากสัตว์ต่าง ๆ ประเภทของสัตว์ที่ใช้เนื้อเพื่อบริโภค เช่น เนื้อโค ขุน หมูหมัก หมูสามชั้น สันคอ ไก่หมัก ตับหมัก กุ้ง ปลาตอลลี หมึก เนื้อปู

2.6 ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรรรักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสาน จิตวิทยา สังคม วิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภค ปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อ ผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนอง

ความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994) นั้น ไม่นิยามให้เกินไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 งานวิจัยในประเทศไทย

วรรณิศา เสาวรส.(2564)การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลการเข้าไปใช้บริการร้านย่างเนยสาขาราชชมงคลคลอง6 ในเขตคลองหลวงการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าไปใช้บริการร้านย่างเนย สาขาราชชมงคลคลอง 6 ในเขต คลองหลวง โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตคลอง หลวง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้ที่ใช้บริการจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิง อนุมาน ได้แก่ Chi-Square Independent T-test และ Least Significance Difference เพื่อ ทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา มีสถานภาพโสด อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ โดยประมาณต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาท และมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอพาร์ทเมนต์/หอพัก เข้ามาใช้บริการเพื่อพบปะสังสรรค์ รับประทานที่ร้านย่างเนยนานกว่า 2 ชั่วโมง เวลาที่เข้ามาใช้ บริการอยู่ระหว่าง 17.00 – 19.00 น. ใช้บริการในวันศุกร์ – วันอาทิตย์ มีคนที่ร่วมรับประทาน ในแต่ละครั้ง 3 – 5 คน จ่ายค่าอาหารในแต่ละครั้ง 400 บาทขึ้นไป มารับประทานประมาณ 3 – 5 ครั้งต่อเดือน เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเข้ามาใช้บริการ คือ รสชาติอร่อย มีความคิดที่จะกลับมา ใช้บริการที่ร้านย่างเนยซ้ำอีกและจะแนะนำให้คนรู้จักเข้ามาใช้บริการ อย่างไรก็ตามกลุ่ม ตัวอย่างคิดว่าสิ่งที่ต้องปรับปรุงมากที่สุดในร้านย่างเนยคือเครื่องดื่ม นอกจากนี้ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค อาหารของร้านย่างเนย สาขาราชชมงคลคลอง 6 ในเขตคลองหลวง และยังพบว่า การทดสอบ ความแตกต่างของเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ การศึกษา และลักษณะที่อยู่อาศัย กับ ความคิดเห็น ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ ปัญญาภรณ์ ผลเกิด อรรถกร จัตตุกุล อาทิตยา ลาวงศ. (2560) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านชาบูในจังหวัดบุรีรัมย์ การวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านชาบูในจังหวัด บุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านชาบู 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านชาบู เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 204 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านชาบูในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้ง 4 ด้าน โดยปัจจัยทางการตลาดด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านชาบูมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ปัจจัยด้านช่องทางการ

จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.45 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.18 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค ในหนึ่งเดือนผู้บริโภคใช้บริการร้านอาหาร 2 - 3 ครั้ง มาใช้บริการร้านอาหาร 2 คน โดยส่วนใหญ่มาอยู่กับเพื่อน มาใช้บริการร้านอาหารตามปกติไม่มีโอกาสพิเศษ เหตุผลที่ชอบใช้บริการร้านอาหารเพราะราคาไม่แพง เหตุผลที่สำคัญมากที่สุดในการเลือกใช้บริการร้านอาหารมากที่สุดก็คือรสชาติของอาหาร ราคาที่ผู้บริโภคสามารถจ่ายได้ในแต่ละครั้ง คือ 150-200 บาท เมนูที่ชอบมากที่สุด ในร้านอาหารได้แก่ อาหารทะเล กุ้ง ปลาหมึก ปลา อาหารที่ต้องการให้ร้านอาหารเพิ่มเติมยังคงเป็นอาหารทะเล กุ้ง ปลาหมึก ปลา น้ำจิ้มซีฟู้ดเป็นน้ำจิ้มที่ผู้บริโภคชอบมาก แผ่นป้ายโฆษณาตามเสาไฟ เป็นแหล่งที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด ปัญหาที่ในการมาใช้บริการร้านอาหารที่ผู้บริโภคพบบ่อยได้แก่อาหารหมดเร็วเกินไป

วิชยา ทองลัภย์. (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหาร ประเภทชาบูของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล จากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนไทยมุ่งให้ความสำคัญกับการคุ้มค่าในการเลือกใช้บริการร้านอาหารและให้ความสำคัญต่อโปรแกรม โปรโมชันต่าง ๆ ของร้านโดยปี - 2559 มีความคาดการณ์ว่าตลาดธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มเติบโตร้อยละ 1.9-2.7 จากปี 2558 ซึ่งเป็นการเติบโตอย่างชะลอตัว ถึงแม้เศรษฐกิจชะลอตัวแต่ก็มีการเข้ามาสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่จำนวนมาก ส่งผลให้สถานการณ์การแข่งขันในตลาดธุรกิจร้านอาหาร แข่งขันสูงผู้ประกอบการต้องวางแผนกลยุทธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการให้ส่วนลดค่าอาหารและจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างไร้ที่ติตาม มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ทำให้ต้องเลิกกิจการไป งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้บริโภคกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในเขต โดยใช้ปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ) และปัจจัยด้าน ส่วน ประสมทางตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้าน บุคคล (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไป หรือร้านอาหารประเภทชาบู สามารถทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการพัฒนาสินค้าและการ ให้บริการต่าง ๆ ต่อไปจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนไทยมุ่งให้ความสำคัญกับการคุ้มค่าในการเลือกใช้บริการร้านอาหารและให้ความสำคัญต่อโปรแกรม โปรโมชันต่าง ๆ ของร้าน โดยปี 2559 มีความคาดการณ์ว่าตลาดธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มเติบโตร้อยละ 1.9-2.7 จากปี 2558 ซึ่งเป็นการเติบโตอย่างชะลอตัว ถึงแม้เศรษฐกิจชะลอตัวแต่ก็มีการเข้ามาสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่จำนวนมาก ส่งผลให้สถานการณ์การแข่งขันในตลาดธุรกิจร้านอาหารแข่งขันสูง ผู้ประกอบการต้องวางแผนกลยุทธ์ในรู

แบบต่าง ๆ ทั้งการให้ส่วนลดค่าอาหารและจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างไรก็ตาม มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ทำให้ต้องเลิกกิจการชาบูสามารถทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการพัฒนาสินค้าและการให้บริการต่าง ๆ ต่อไป ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบู โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลากร กระบวนการและความสะอาด ปัจจัย ด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยบริการส่งถึงบ้าน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภท ชาบูน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูต่ำที่สุด สำหรับกลุ่มอาชีพพบว่ากลุ่มพนักงานเอกชนมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูน้อยกว่ากลุ่มข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ

กนกพร อ่ำคง. (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร้านหมูกระทะบุฟเฟ่ต์ในเขตเมืองพิษณุโลก งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคมุมมองทางภูมิศาสตร์ในการเข้าใช้บริการ และหา ขอบเขตการเข้าใช้บริการของผู้บริโภค โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่าง 350 ราย ในเขตเมืองพิษณุโลก วิเคราะห์ข้อมูลด้วย Multiple Regression Analysis พบว่า โอกาสของ ประชาชนชาวเมืองพิษณุโลกที่จะเข้าร้านหมูกระทะบุฟเฟ่ต์จะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับ 8 ปัจจัย คือ ระยะทาง ความสะดวกการเดินทาง อายุ ความสะอาดของร้านบริการที่ดีจากทางร้านขนาดของร้าน ที่ตั้งและขนาดของร้าน และที่จอดรถลูกค้า โดยสมการ Regression ให้ค่า R-SQUARE = 0.154และการวิเคราะห์ Stepwise Regression Analysis พบว่าโอกาสของประชาชนที่จะเข้าร้านหมูกระทะบุฟเฟ่ต์ ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญเพียงปัจจัยเดียว คือ อายุ มี ค่า R-SQUARE = 0.132 และเมื่อกำหนดพื้นที่ออกเป็น 13 ย่านพื้นที่ ผลการวิเคราะห์ Stepwise Regression Analysis แสดงให้เห็นว่า โอกาสเข้าร้านหมูกระทะบุฟเฟ่ต์ของประชาชน ขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัย คือ การบริการที่ดีของร้าน ที่ตั้งและขนาดของร้าน และที่จอดรถลูกค้า โดยมีค่า R-SQUARE = 0.119

ปริญา ลักขิตามาต. (2559) กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างคุณค่าการรับรู้อาหารไทยประยุกต์สู่อาเซียน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลธุรกิจร้านอาหารไทยประยุกต์บริเวณเส้นทางสู่ตลาดอาเซียนและศึกษากลยุทธ์การตลาดบริการเพื่อสร้างคุณค่าการรับรู้อาหารไทยประยุกต์สู่ตลาดอาเซียนเป็นสำคัญ ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามธุรกิจอาหารไทยจำนวน 693

แห่ง ในกรุงเทพและปริมณฑลและต่างจังหวัดเฉพาะเส้นทางสู่อาเซียน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยข้อมูลธุรกิจร้านอาหารไทยประยุกต์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารทั่วไปร้อยละ 57.30 รูปแบบอาหารไทยประยุกต์เป็นอาหารจานเดียวร้อยละ 59.90 จำนวนพนักงานไม่เกิน 25 คน ร้อยละ 61.00 ดำเนินกิจการเป็นเวลา 11 – 20 ปี ร้อยละ 59.7 ทำเลที่ตั้งอยู่ต่างจังหวัดร้อยละ 52.40 ประเทศที่ทำการตลาดสูงสุดคือไทยร้อยละ 73.60 คิดเป็นประเทศอาเซียนที่ทำตลาดเฉลี่ย 4.77 การรับรู้ข้อมูลข่าวกรองอาหารไทยประยุกต์จากสื่ออินเทอร์เน็ตร้อยละ 79.90 ผลการดำเนินการในปัจจุบันเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาไม่เกินร้อยละ 25 คิดเป็นร้อยละ (58.70) ธุรกิจร้านอาหารไทยประยุกต์มีกลยุทธ์การตลาดบริการเพื่อสร้างคุณค่ารับรู้ร้านอาหารไทยประยุกต์สู่ตลาดอาเซียนในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.77 โดยกลยุทธ์การตลาดบริการค่าเฉลี่ย 4.02 ได้แก่ กลยุทธ์อาหารและการตอบสนองความต้องการลูกค้า การสื่อสาร ความสะอาดสบาย ต้นทุนการดำเนินการ ส่วนคุณค่าการรับรู้ร้านอาหารไทยประยุกต์ พบว่า จัดอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน 3.52 ครอบคลุมสภาพแวดล้อมราคาอาหารสมราคา คุณภาพการบริการ การยอมรับ ชื่นชม ความสุขในการรับประทานอาหาร เวลาและความพยายาม ชื่อเสียงและโฆษณาการ และความปลอดภัยอาหาร

ชลลดา มงคลวนิช. (2560) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าทดสอบความแปรปรวน (T-test, One-way ANOVA) การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธีของแอลเอสดี(LSD) การทดสอบไคสแควร์และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-35 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ 15,000-25,000 บาทต่อเดือนและนิยมรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์แบบนานาชาติในช่วงเย็นของวันเสาร์และวันอาทิตย์ เพื่อพบปะสังสรรค์สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ ในโรงแรมพบว่าความรวดเร็วในการให้บริการมีความสำคัญมากที่สุดรองลงมาคือราคาของอาหารบุฟเฟ่ต์ประการที่สามคือคุณภาพของอาหาร ประการที่สี่คือ ความรวดเร็วในการชำระเงินและบรรยากาศภายในห้องอาหาร ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

รังสรรค์ เลิศในสัตย์ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย. (2563) การประเมินระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ คือการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค

ไทย และประเมินระดับ ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้RATER (Reliability, Assurance, Tangibles,Empathy, Responsiveness) ที่เป็นโมเดลของการประเมินคุณภาพของการบริการ ต่อ 3 มุมมอง 3P ได้แก่ การบริการของพนักงาน (People) ระบบของการบริการ (Process) และ สภาพแวดล้อมที่เป็นกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อหาจุดที่ควรปรับปรุงแก้ไขในการพัฒนาการบริการของร้านอาหารในประเทศไทย และเพื่อนไป เป็นโมเดลสำหรับการพัฒนาคุณภาพการบริการของร้านอาหารอื่นๆ ในประเทศไทย

รูปแบบการวิจัย เป็นการเก็บแบบสอบถามจากผู้ให้บริการ ได้จำนวน 478 ตัวอย่าง จากผู้ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ในศูนย์การค้า และแหล่งที่มีร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่มากในเขตกรุงเทพฯ เครื่องมือที่ใช้ในการประมวลผลและวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติทดสอบ T-test และ F-test ในการวิเคราะห์นั้น ได้ใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป และได้มีการทำ Focus Group เชิงพรรณนา

จากผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามรายได้ โดยรวมทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานในระดับมาก ต่อระบบการบริการในระดับมาก ต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก 2) ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประสบการณ์เคยไปญี่ปุ่น ผู้มีประสบการณ์พอใจ ทั้งการบริการของพนักงาน ระบบการบริการ สิ่งแวดล้อมในระดับมาก ในขณะที่ผู้ไม่มีประสบการณ์พอใจ การบริการของพนักงาน และ สิ่งแวดล้อมในระดับมาก แต่พอใจต่อระบบบริการ ในระดับปานกลาง 3) ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความถี่ในการใช้บริการ ทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจ ทั้งสามด้านในระดับมาก 4) ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจทั้งสามด้านในระดับมาก แต่จากการทำ Focus Group กลับพบว่า ทั้ง 3 ด้านของระบบการบริการคือบุคลากร ระบบ และสภาพสิ่งแวดล้อมนั้น ยังไม่สามารถเทียบได้กับการบริการในญี่ปุ่น ซึ่งมีความส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างมาก

2.7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Ma, Tengfei. (2018) การสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจในภาคธุรกิจร้านอาหารจีน: การศึกษาข้ามภูมิภาค ด้วยการศึกษาการเพิ่มขึ้นของกระบวนทัศน์ตรรกะที่โดดเด่นด้านการบริการแนวคิดของการสร้างร่วมและการมีส่วนร่วมของลูกค้าในระยะที่เกี่ยวข้องได้ดึงดูดความสนใจอย่างมาก แม้ว่าพวกเขาจะได้รับการสำรวจอย่างกว้างขวางในบริบทตะวันตกและได้รับการแนะนำว่าเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำมูลค่าที่สูงขึ้นสำหรับทั้ง บริษัท และลูกค้า แต่เพียงไม่กี่การศึกษาได้ตรวจสอบพวกเขาในบริบทของจีน การศึกษาที่มีอยู่เกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้าส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับบริษัท ขนาดใหญ่และลูกค้าของพวกเขา แต่ไม่เกี่ยวกับร้านอาหารและลูกค้า ความคิดที่ว่าอาหารเป็นสิ่งแรกสำหรับผู้คน เป็นความคิดที่สำคัญที่สุดในชีวิตของคนจีน ร้านอาหารมีบทบาทสำคัญในชีวิตสังคมจีน เพื่อช่วยปิดช่องว่างระหว่างสิ่งที่รู้ในปัจจุบันเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนและสิ่งที่ไม่ทราบโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทเฉพาะของพฤติกรรมการสร้างแบบร่วมในร้านอาหารบริการเต็มรูปแบบในประเทศจีนมีการตั้งวัตถุประสงค์ห้าประการ การวิจัยครั้งนี้มาจากท่าทางการโพสต์ใน

positivist ใช้สองวิธีในการวิจัย เส้นคุณภาพเชิงคุณภาพนั้นใช้ในการพัฒนาชุดมาตราส่วน / แบบสอบถามซึ่งแสดงถึงตัวแปรแฝงที่เกี่ยวข้องในส่วนของการสร้างแบบร่วมและการมีส่วนร่วมของลูกค้าในบริบทการวิจัยเฉพาะ ในขอบเขตปริมาณแบบสอบถาม / มาตรส่วนที่ใช้สำหรับการดำเนินการสำรวจผู้บริโภคที่สำคัญในภูมิภาคเศรษฐกิจของจีนและเมืองชั้นด้วยความตั้งใจในการวัดธรรมชาติทิศทางและความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องระหว่างตัวแปรแฝงช่วง วัดอุปสงค์ในที่นี้คือเพื่อทดสอบตำแหน่งโดยรวมว่าเนื่องจากความหลากหลายของภูมิภาคและเศรษฐกิจสังคมโดยธรรมชาติในความแข็งแกร่งของวัฒนธรรมจีนการจำหน่ายของลูกค้าเพื่อร่วมสร้างประสบการณ์ร้านอาหารจะแตกต่างกันในทำนองเดียวกัน สำหรับการวิเคราะห์นั้นใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาในขั้นต้น (ความถี่ร้อยละ) สำหรับข้อมูลปฐมภูมิ อัลฟาของ Cronbach การวิเคราะห์ปัจจัยยืนยัน (CFA) และการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างใช้ทดสอบแบบจำลองแนวคิดการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัยนี้ การวิจัยครั้งนี้ยืนยันว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างวัฒนธรรมจีนและพฤติกรรมการสร้างร่วม (พฤติกรรมการมีส่วนร่วมและพฤติกรรมการเป็นพลเมือง) โดยไม่คำนึงว่าพวกเขาอาศัยอยู่ในระดับเมือง หรือภูมิภาคใดการวิจัยนี้มีส่วนทำให้เกิดความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคร้านอาหารจีน สำหรับทฤษฎีนั้นมีการเพิ่มตัวแปรเพิ่มเติมอีกสามตัว เพื่อขยายชุดเริ่มต้นของตัวแปรเพื่อที่จะยึดถือเนื้อหาการสร้างสรรค์ ร่วมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในบริบทของร้านอาหารเต็มรูปแบบของจีนอย่างเต็มที่ โดยทั่วไปแล้วทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและทฤษฎีวัฒนธรรมผู้บริโภคโดยเฉพาะงานวิจัยนี้ประเมินอาการของพวกเขาและเติมช่องว่างของแนวคิดการสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้าในประเทศพัฒนาน้อย การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาคั้งแรกที่จะนำตัวแปรระดับเมืองและภูมิภาคทางเศรษฐกิจมาเป็นผู้ดำเนินรายการเพื่อสำรวจพฤติกรรมการสร้าง / มีส่วนร่วมภายใต้วัฒนธรรมจีน สำหรับการปฏิบัติงานวิจัยนี้เสนอความคิดเห็นและคำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารและบริการแนะนำผู้บริโภคร้านอาหารจีนยินดีที่จะมีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารร่วมกันมากกว่าที่คาดไว้และไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังในวัฒนธรรมจีน ภูมิภาคหรือระดับเมืองและการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องในการจัดการเพื่อสร้างร่วมในบริบทของร้านอาหารเป็นหลักฐาน

Prihandono, Dorajatun. (2015) เพิ่มความอยู่รอดในธุรกิจแฟรนไชส์ของชาวอินโดนีเซียในภัคร้านอาหารและค้าปลีก ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นที่นิยมทั้งในทางปฏิบัติและเป็นผลให้ในการศึกษาทางวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิจัยจำนวนมากได้ทุ่มเทให้กับการอยู่รอดของธุรกิจแฟรนไชส์ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ค้นพบและตรวจสอบปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของธุรกิจแฟรนไชส์ในธุรกิจแฟรนไชส์ของชาวอินโดนีเซียในภัคร้านอาหารและค้าปลีก การวิจัยครั้งนี้สร้างรูปแบบความอยู่รอดทางธุรกิจแฟรนไชส์ซึ่งมีพื้นฐานมาจากการวิจัยและทฤษฎีก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างการวิเคราะห์ปัจจัยยืนยัน (CFA-SEM) เพื่อทดสอบและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักห้าประการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความมุ่งมั่น การจัดการความเสี่ยง ความพึงพอใจของความสัมพันธ์ และความอยู่รอดทางธุรกิจแฟรนไชส์ จากการศึกษา

วิเคราะห์เชิงประจักษ์การวิจัยพบว่าความไว้วางใจและความมุ่งมั่นในฐานะปัจจัยสำคัญไม่มีผลต่อความพึงพอใจของความสัมพันธ์ ปัจจัยสำคัญอื่น ๆ การจัดการความเสี่ยงข้อพิพาทมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจความสัมพันธ์ การวิจัยครั้งนี้ยังแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจในความสัมพันธ์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจแฟรนไชส์ การศึกษาครั้งนี้มีส่วนช่วยให้ความรู้โดยการสร้างแบบจำลองสำคัญของปัจจัยที่สำคัญเพื่อเพิ่มความอยู่รอดทางธุรกิจ ในบริบทของธุรกิจแฟรนไชส์ของชาวอินโดนีเซียในร้านอาหารและภาคการค้าปลีก นอกจากนี้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ยังปิดช่องว่างบางส่วนในการวิจัยก่อนหน้านี้เพื่อเพิ่มความอยู่รอดทางธุรกิจแฟรนไชส์ การมีส่วนร่วมที่เป็นเอกลักษณ์อีกประการของการวิจัยนี้คือผู้เขียนมองปัญหาความอยู่รอดของทั้งสองมุมมองของแฟรนไชส์และแฟรนไชส์ขณะที่งานวิจัยก่อนหน้านี้ได้ทำการวิเคราะห์จากมุมมองของหุ้นส่วนเพียงคนเดียวในการจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ ดังนั้นจึงมีการวิเคราะห์แบบองค์รวมในปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลในการเพิ่มความอยู่รอดทางธุรกิจแฟรนไชส์ในร้านอาหารชาวอินโดนีเซียและภาคการค้าปลีก

Jang, Seo Yeon. (2014) สำนวจแรงจูงใจของผู้คนในการเลือกร้านอาหารชาติพันธุ์ และ อิทธิพลที่มีต่อความตั้งใจที่จะเยี่ยมชมประเทศต้นทาง อาหารประจำชาติเติบโตอย่างรวดเร็วในตลาดและเป็นหนึ่งในแนวโน้มสำคัญในอุตสาหกรรมร้านอาหาร อาหารชาติพันธุ์มักใช้เป็นวิธีการส่งเสริมวัฒนธรรมของชาติเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากลักษณะของการเป็นตัวแทนของภูมิภาคและ / หรือวัฒนธรรม กลยุทธ์การตลาดที่ใช้อาหารชาติพันธุ์ได้รวมถึงการสนับสนุนและสร้างร้านอาหารต่างประเทศที่ให้บริการอาหารชาติพันธุ์ อย่างไรก็ตามมีการศึกษาน้อยกว่าทำไมคนเลือกที่จะไปร้านอาหารชาติพันธุ์มากกว่าร้านอาหารประเภทอื่น ๆ และวิธีการที่ตัวเลือกนี้เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเดินทาง การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีปฏิบัติของนักปฏิบัติโดยใช้วิธีผสมผสานซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนเชิงคุณภาพ (การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสองขั้นตอน) และขั้นตอนเชิงปริมาณ (การสำรวจแบบสอบถาม) หลังจากขั้นตอนเชิงคุณภาพจะมีการระบุปัจจัยที่สร้างแรงบันดาลใจเจ็ดประการสำหรับการเยี่ยมชมร้านอาหารชาติพันธุ์และห้าปัจจัยที่สร้างแรงบันดาลใจทั่วไปสำหรับการเยี่ยมชมร้านอาหารชาติพันธุ์และการเดินทางรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างร้านอาหารชาติพันธุ์และการท่องเที่ยว วิธีการเชิงปริมาณเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการตรวจสอบความถูกต้องของปัจจัยแรงจูงใจที่ระบุไว้ในขั้นตอนเชิงคุณภาพ นอกจากนี้การใช้เกาหลีใต้เป็นกรณีศึกษาขั้นตอนเชิงปริมาณทดสอบเชิงประจักษ์ถึงอิทธิพลของประสบการณ์ร้านอาหารชาติพันธุ์เกี่ยวกับความตั้งใจที่จะเดินทางโดยใช้การตอบสนองที่ใช้งานได้ 313 ครั้ง การค้นพบขั้นตอนเชิงปริมาณส่งผลให้เกิดการค้นพบที่สำคัญหลายอย่าง ประการแรกขั้นตอนนี้เปิดเผยห้ามิติพื้นฐานของปัจจัยที่สร้างแรงบันดาลใจ: (1) ความแปลกใหม่การเรียนรู้และวัฒนธรรม (2) คุณสมบัติร้านอาหารทั่วไป (3) การอุทธรณ์ทางประสาทสัมผัส (4) ความกังวลเรื่องสุขภาพ (5) การเปลี่ยนแปลงและหลบหนี นอกจากนี้ระดับสุดท้ายสิบเจ็ดรายการได้รับการพัฒนาและยืนยัน ประการที่สองระยะนี้ระบุความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและประสบการณ์ร้านอาหารชาติพันธุ์ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพวกเขาไม่เพียง แต่แบ่งปันปัจจัยจูงใจ

ร่วมกัน แต่ยังมีอิทธิพลต่อกันและกัน การใช้แบบจำลองทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรมแบบขยายพร้อมตัวแปรเพิ่มเติมการศึกษานี้ยังเผยว่าบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารสามารถส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางไปเกาหลี การสนับสนุนที่สำคัญของการวิจัยนี้คือการศึกษารั้งนี้ เป็นขั้นตอนแรกในการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ร้านอาหารชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์ การศึกษายังให้แรงบันดาลใจในระดับที่เกี่ยวข้องกับการเยี่ยมชมร้านอาหารชาติพันธุ์ซึ่งมีลักษณะเฉพาะเมื่อเทียบกับร้านอาหารประเภทอื่น สิ่งนี้มีส่วนช่วยเพิ่มเนื้อหาของวรรณกรรมเกี่ยวกับร้านอาหารชาติพันธุ์และการท่องเที่ยว โดยการระบุแรงจูงใจและความสัมพันธ์เหล่านี้การศึกษารั้งนี้มีส่วนช่วยให้ทั้งการวิจัยทางวิชาการและผู้ปฏิบัติงานในร้านอาหารชาติพันธุ์การตลาดและสถานที่ท่องเที่ยวผ่านอาหารชาติพันธุ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผล

ตารางที่ 2.1 สรุปตัวแปรต้นและตัวแปรตามในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

| ชื่อผู้เขียน | ชื่อเรื่อง | ตัวแปรต้น | | | ตัวแปรตาม | สมมติฐาน | | |
|--|---|-------------------------------|---------------------------------|---------------------|---|----------|----------|----------|
| | | ด้าน ประชา กร ศาสตร์ | ด้าน การ บริการ จัดการ | ความ พึง พอใจ | การ จัดการ ร้านบุฟ เฟ่ต์ปิ้ง ย่าง | ข้อ 1 | ข้อ 2 | ข้อ 3 |
| วรรณิตา เสาวรส.(2564) | การศึกษาพฤติกรรมการ บริโภคอาหาร และปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลการเข้าไปใช้ บริการร้านย่างเนยสาขา ราชมงคลคลอง6ในเขต คลองหลวง | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
| ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ (2560) | ปัจจัยทางการตลาดที่มีผล ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคใน การเลือกใช้บริการร้าน ชาบูในจังหวัดบุรีรัมย์ | | ✓ | ✓ | | | | ✓ |
| รังสรรค์ เลิศ ในสัตย์ คณะ บริหารธุรกิจ 2563 | ความพึงพอใจต่อคุณภาพ การบริการของร้านอาหาร ญี่ปุ่นในประเทศไทย | | | ✓ | | | | ✓ |
| ชลลดา มงคลวนิช. (2560) | ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการ บริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ใน โรงแรมของนักท่องเที่ยว ชาวไทย | | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ |
| ปริญญ์ ลักษิตา มาศ. (2559) | กลยุทธ์การตลาดเพื่อ สร้างคุณค่าการรับรู้ อาหารไทย | | | ✓ | ✓ | | | ✓ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | |
|-----------------------|---|---|---|
| | การศึกษาพฤติกรรม | | |
| กนกพร อ่ำคง (2559) | ผู้บริโภคร้านหมูกระทะ บุฟเฟต์ ในเขตเมือง พิษณุโลก | ✓ | ✓ |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัด ชุมพร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการและเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า โดยมีขั้นตอนดำเนินงาน ดังนี้

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มเป้าหมาย

3.1.1 ประชาชน

- ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ - ผู้บริโภคที่นิยมรับประทานบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

- ตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คณะผู้วิจัยใช้วิธีแบบเจาะจง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านย่างเนย สาขาชุมพร ในอำเภอเมือง จังหวัด ชุมพร

กำหนดกลุ่มขนาดตัวอย่างด้วยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตาราง Krejcie & Morgan (1970) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 302 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

ตารางที่ 3.1 ตาราง Krejcie & Morgan (1970)

| ขนาดประชากร | ขนาดตัวอย่าง | ขนาดประชากร | ขนาดตัวอย่าง | ขนาดประชากร | ขนาดตัวอย่าง | ขนาดประชากร | ขนาดตัวอย่าง | ขนาดประชากร | ขนาดตัวอย่าง |
|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| 10 | 10 | 100 | 80 | 280 | 162 | 800 | 260 | 2,800 | 338 |
| 15 | 14 | 110 | 86 | 290 | 165 | 850 | 265 | 3,000 | 341 |
| 20 | 19 | 120 | 92 | 300 | 169 | 900 | 269 | 3,500 | 346 |
| 25 | 24 | 130 | 97 | 320 | 175 | 950 | 274 | 4,000 | 351 |
| 30 | 28 | 140 | 103 | 340 | 181 | 1,000 | 278 | 4,500 | 354 |
| 35 | 32 | 150 | 108 | 360 | 186 | 1,100 | 285 | 5,000 | 357 |
| 40 | 36 | 160 | 113 | 380 | 191 | 1,200 | 291 | 6,000 | 361 |
| 45 | 40 | 170 | 118 | 400 | 196 | 1,300 | 297 | 7,000 | 364 |
| 50 | 44 | 180 | 123 | 420 | 201 | 1,400 | 302 | 8,000 | 367 |
| 55 | 48 | 190 | 127 | 440 | 205 | 1,500 | 306 | 9,000 | 368 |
| 60 | 52 | 200 | 132 | 460 | 210 | 1,600 | 310 | 10,000 | 370 |
| 65 | 56 | 210 | 136 | 480 | 214 | 1,700 | 313 | 15,000 | 375 |
| 70 | 59 | 220 | 140 | 500 | 217 | 1,800 | 317 | 20,000 | 377 |
| 75 | 63 | 230 | 144 | 550 | 226 | 1,900 | 320 | 30,000 | 379 |
| 80 | 66 | 240 | 148 | 600 | 234 | 2,000 | 322 | 40,000 | 380 |
| 85 | 70 | 250 | 152 | 650 | 242 | 2,200 | 327 | 50,000 | 381 |
| 90 | 73 | 260 | 155 | 700 | 248 | 2,400 | 331 | 75,000 | 382 |
| 95 | 76 | 270 | 159 | 750 | 254 | 2,600 | 335 | 100,000 | 384 |

เอกสารนี้(ที่มา : Robert V.krejcie and Earyle W. Morgan)ทำนั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

ในงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ “แบบสอบถาม” เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบ่งตัวแปรออกเป็นทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ซึ่งมีกระบวนการวัดตัวแปรและการสร้างเครื่องมือในการวิจัยดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณนั้น ประกอบด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) และแบบประเมินรูปแบบ

3.2.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaires) สำหรับใช้เก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค แบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านการจัดร้าน ด้านพนักงาน และด้านเมนูอาหาร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ประกอบด้วย ด้านรูปลักษณ์ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการนำเชือถือไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ และด้านขวัญและกำลังใจโดยการมีส่วนร่วมในการประเมินผลโดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ชนิด 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายความว่า เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายความว่า เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายความว่า เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายความว่า เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายความว่า ไม่เห็นด้วย

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ ที่เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่นอกเหนือจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1-4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ขั้นที่ 1 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเอกสาร วารสาร รวมทั้งหลักการ แนวคิด ทฤษฎีของนักวิชาการ เพื่อนำมาใช้ในการสรุปเป็นนิยามศัพท์ของตัวแปร และศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2560) ที่ถูกต้องตามหลักการ

ขั้นที่ 2 แบบสอบถามฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบการใช้ภาษา ความครอบคลุม และความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

ขั้นที่ 3 แบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ความถูกต้องของรูปแบบ (Format) และความถูกต้องของภาษา (Wording) พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และนำแบบสอบถาม มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective: IOC) หากอยู่ในช่วง 0.60 ถึง 1.00 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์

ขั้นที่ 4 ทดลองใช้ (Try out) แบบสอบถามกับผู้ที่เคยใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ทดลองใช้แบบสอบถามทั้งสิ้น 40 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน (Internal Consistency Method) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่มีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการศึกษาทางสังคมศาสตร์ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยในการศึกษาครั้งนี้ แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์

ขั้นที่ 5 ทดลองใช้และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม เพื่อนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. แจกแบบสอบถามแก่ผู้ที่เคยใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ซึ่งเก็บแบบสอบถามด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและให้ตัวอย่างตอบแบบสอบถามได้อย่างอิสระ
2. เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูลและแปรผลต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ จากแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

3.4.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติ

ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) นั้น ไม่นอญาตให้หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของด้านการบริการร้านอาหารฟู้ดปิ้งย่างด้านความพึงพอใจที่ใช้บริการ และการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายระดับของแบบสอบถามซึ่งตัดแปลงมาจากเกณฑ์ของ Best (1987) ดังนี้

$$\begin{aligned} \frac{\text{Maximum-Minimum}}{\text{Interval}} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= (5-1) / 5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3.4.1.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

1) การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ใช้การทดสอบ t-test และ F-test (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2) ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis ด้วยวิธี enter ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เนื่องจากการศึกษา ครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตามใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้เทคนิค การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) จำนวน 1 ตัว กับตัวแปรอิสระ (X) ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เป็น เทคนิคทางสถิติที่อาศัยความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรมาใช้ในการทำนาย โดยเมื่อทราบ ค่าตัวแปรหนึ่งก็สามารถทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงในรูป คะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ \hat{Y} คือ คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม

Y b_0 คือ ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

b_1, \dots, b_k คือ น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ

X_0, \dots, X_k คือ คะแนนตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้นไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง “การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย สาขา ชุมพร” ใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม ในกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เคยใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร จำนวน 302 คน ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยได้เสนอในรูปแบบของตาราง ประกอบไปคำอธิบายโดยเรียงลำดับตามหัวข้อเป็น 7 ส่วน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

ส่วนที่ 5 ด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 6 ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อการอธิบายของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย | 145 | 48.00 |
| หญิง | 157 | 52.00 |
| รวม | 302 | 100 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 157 คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|------------|
| น้อยกว่า 18 ปี | 58 | 19.20 |
| 19 - 30 ปี | 178 | 58.90 |
| 31 - 40 ปี | 47 | 15.60 |
| อายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป | 19 | 6.30 |
| รวม | 302 | 100 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 19- 30 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 58.90 รองลงมาคืออายุ น้อยกว่า 18 ปี มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 อายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 6.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|------------|------------|
| มัธยมศึกษาต้น / ปลาย | 89 | 29.50 |
| ระดับปวช. / ปวส. | 124 | 41.10 |
| ปริญญาตรี | 78 | 25.80 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 11 | 3.60 |
| รวม | 302 | 100 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปวช. / ปวส. มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.10 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาต้น / ปลาย มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------|------------|------------|
| นักเรียน/นักศึกษา | 116 | 38.40 |
| พนักงานเอกชน | 47 | 15.60 |
| ข้าราชการ/พนักงานราชการ | 45 | 14.90 |
| ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ | 70 | 23.20 |
| แม่บ้าน / พ่อบ้าน / ไม่ประกอบอาชีพ | 24 | 7.90 |
| รวม | 302 | 100 |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมาคือ อาชีพค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 อาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 อาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 และอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน / ไม่ประกอบอาชีพ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|------------|------------|
| น้อยกว่า 10,000 บาท | 118 | 39.10 |
| 10,000 - 15,000 บาท | 96 | 31.80 |
| 16,000 - 30,000 บาท | 69 | 22.80 |
| มากกว่า 30,001 บาท | 19 | 6.30 |
| รวม | 302 | 100 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 39.10 รองลงมาคือ รายได้ 10,000 - 15,000 บาท มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 รายได้ 16,000 - 30,000 บาท มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 และรายได้มากกว่า 30,001 บาท มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ผู้วิจัยศึกษา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของโรงเรียนเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นใจหรือประสงค์ในการศึกษา การตัดสินใจ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านการจัดร้าน ด้านพนักงาน และด้านเมนูอาหาร โดย

ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับทำการแปลผลระดับความ คิดเห็นเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการบริการ

| ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการให้บริการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------------|
| 1. รายการอาหารมีให้เลือกหลายหลาย ประเภท | 4.22 | 0.68 | มากที่สุด |
| 2. ปริมาณอาหารเพียงพอต่อความต้องการ ของลูกค้า | 4.19 | 0.66 | มาก |
| 3. อาหารสด สะอาด ถูกหลักอนามัย | 4.22 | 0.68 | มากที่สุด |
| รวมด้านการให้บริการ | 4.21 | 0.56 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในด้านการบริการ โดย ภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารมีให้เลือกหลายหลายประเภท ($\bar{X} = 4.22$, S.D = 0.68) รองลงมาคือ อาหารสด สะอาด ถูกหลักอนามัย ($\bar{X} = 4.22$, S.D = 0.68) และปริมาณอาหารเพียงพอ ต่อการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.19$, S.D = 0.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการจัดร้าน

| ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการจัดร้าน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------|
| 1. ความกว้างของสถานที่ภายในร้านและการ จัดที่นั่ง | 4.15 | 0.66 | มาก |
| 2. สถานที่จอดรถลูกค้าอย่างเพียงพอ | 4.05 | 0.78 | มาก |
| 3. การตกแต่งสถานที่มีความเหมาะสมเป็น ระเบียบ | 4.14 | 0.70 | มาก |
| 4. ความชัดเจนของป้ายชื่อรายการอาหาร แบบบุฟเฟ่ต์ | 4.21 | 0.63 | มากที่สุด |
| รวมด้านการจัดร้าน | 4.14 | 0.58 | มาก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแบบลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในด้านการจัดร้าน โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.14, S.D = 0.58) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ ความชัดเจนของป้ายชื่อรายการอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.63) รองลงมาคือ ความกว้างของสถานที่ภายในร้านและการจัดที่นั่ง (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.66) การตกแต่งสถานที่ที่มีความเหมาะสมเป็นระเบียบ (\bar{X} = 4.14, S.D = 0.70) และสถานที่จอดรถลูกค้าอย่างเพียงพอ (\bar{X} = 4.05, S.D = 0.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านพนักงาน

| ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านพนักงาน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------|
| 1. พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการ แก้ไขปัญหาต่างๆ | 4.13 | 0.68 | มาก |
| 2. การให้บริการของพนักงานมีความ กระตือรือร้น | 4.15 | 0.66 | มาก |
| 3. จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ | 4.16 | 0.63 | มาก |
| รวมด้านพนักงาน | 4.15 | 0.60 | มาก |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในด้านพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.60) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.63) รองลงมาคือ การให้บริการของพนักงานมีความกระตือรือร้น (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.66) และพนักงานมีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ (\bar{X} = 4.13, S.D = 0.68) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเมนูอาหาร

| ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเมนูอาหาร | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------|
| 1. มีน้ำจิ้มให้เลือกหลายรสชาติ | 4.21 | 0.64 | มากที่สุด |
| 2. มีเมนูซีฟู้ด ให้เลือกสรรจำนวนมาก | 4.19 | 0.70 | มาก |
| 3. จัดชุดบุฟเฟ่ต์ให้ลูกค้า ในราคาชุดละ 299 บาท มีเหมาะสม | 3.96 | 0.89 | มาก |
| รวมด้านเมนูอาหาร | 4.12 | 0.62 | มาก |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในด้านเมนูอาหาร โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ มีน้ำจิ้มให้เลือกหลายรสชาติ ($\bar{X} = 4.21$, S.D = 0.64) รองลงมาคือ มีเมนูซีฟู้ด ให้เลือกสรรจำนวนมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D = 0.70) และจัดชุดบุฟเฟ่ต์ให้ลูกค้า ในราคาชุดละ 299 บาท มีเหมาะสม ($\bar{X} = 3.96$, S.D = 0.89) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ผู้วิจัย ศึกษาการตัดสินใจ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการนำเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการแปลผลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านรูปลักษณ์

| ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ ปิ้งย่าง ด้านรูปลักษณ์ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------|
| 1. ราคาคุ้มค่างับปริมาณอาหารที่ได้รับ | 4.16 | 0.74 | มาก |
| 2. บรรยากาศในร้านปลอดโปร่ง กว้างขวาง | 4.12 | 0.72 | มาก |
| รวมด้านรูปลักษณ์ | 4.14 | 0.68 | มาก |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านรูปลักษณ์ เอกสารนี้โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D = 0.68) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ใน ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับมาก ได้แก่ ราคาคุ้มค่ากับปริมาณอาหารที่ได้รับ (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.74) รองลงมาคือ บรรยากาศในร้านปลอดโปร่ง กว้างขวาง (\bar{X} = 4.12, S.D = 0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ด้านการตอบสนองลูกค้า

| ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ด้านการตอบสนองลูกค้า | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|----------------------|------------|
| 1. ไม่จำกัดเวลาในการรับประทาน | 4.22 | 0.68 | มากที่สุด |
| 2. มีบริการในการเลือกที่นั่งและจองโต๊ะ | 4.17 | 0.68 | มาก |
| 3. มีเมนูพิเศษประจำเดือน เช่น กุ้งแม่น้ำ | 4.11 | 0.76 | มาก |
| รวมด้านการตอบสนองลูกค้า | 4.16 | 0.62 | มาก |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ในด้านการตอบสนองลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่จำกัดเวลาในการรับประทาน (\bar{X} = 4.22, S.D = 0.68) รองลงมาคือ มีบริการในการเลือกที่นั่งและจองโต๊ะ (\bar{X} = 4.17, S.D = 0.68) และมีเมนูพิเศษประจำเดือน เช่น กุ้งแม่น้ำ (\bar{X} = 4.11, S.D = 0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ด้านการนำเชือกถัวไว้วางใจ

| ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ด้านการนำเชือกถัวไว้วางใจ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|----------------------|------------|
| 1. บริการรวดเร็ว | 4.15 | 0.64 | มาก |
| 2. ทุกร้านสาขาอย่างเนย มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน | 4.21 | 0.64 | มากที่สุด |
| 3. ทางร้านจัดทำตลาดออนไลน์ โดยใช้ช่องทางใน Social Website เป็นต้น | 4.15 | 0.65 | มาก |
| รวมด้านการนำเชือกถัวไว้วางใจ | 4.17 | 0.58 | มาก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ในด้านการนำเชื้อถือไว้วางใจ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.17, S.D = 0.58) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทุกร้านสาขาร้านอย่างเนย มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.64) รองลงมาคือ บริการรวดเร็ว (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.64) และทางร้านจัดทำตลาดออนไลน์ โดยใช้ช่องทางใน Social Website เป็นต้น (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

| ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|----------------------|------------|
| ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า | | | |
| 1. มีการจัดบริการเติมน้ำซุ๊ป | 4.15 | 0.68 | มาก |
| 2. มีการให้บริการเติมถ่านและเปลี่ยนเตา | 4.16 | 0.66 | มาก |
| 3. มีการสอบถามความต้องการของลูกค้า | 4.13 | 0.70 | มาก |
| รวมด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า | 4.15 | 0.62 | มาก |

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ในด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการให้บริการเติมถ่านและเปลี่ยนเตา (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.66) รองลงมาคือ มีการจัดบริการเติมน้ำซุ๊ป (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.68) และมีการสอบถามความต้องการของลูกค้า (\bar{X} = 4.13, S.D = 0.70) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟต์ปิ้งย่าง

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ผู้วิจัยศึกษาการตัดสินใจ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ และด้านขวัญและกำลังใจ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการแปลผลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------|
| 1. กำลังคนเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน | 4.20 | 0.65 | มาก |
| 2. คุณสมบัติของงานเหมาะสมกับงานที่รับ มอบหมาย | 4.16 | 0.67 | มาก |
| รวมด้านทรัพยากรมนุษย์ | 4.18 | 0.61 | มาก |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.61) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ กำลังคนเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.20$, S.D = 0.65) รองลงมาคือ คุณสมบัติของงานเหมาะสมกับงานที่รับมอบหมาย ($\bar{X} = 4.16$, S.D = 0.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจ บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเงินทุน

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเงินทุน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------------|
| 1. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้บริการราย อื่น | 4.21 | 0.66 | มากที่สุด |
| รวมด้านเงินทุน | 4.21 | 0.61 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเงินทุน โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D = 0.61) เมื่อพิจารณาอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้บริการรายอื่น ($\bar{X} = 4.21$, S.D = 0.66)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเครื่องมือ

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเครื่องมือ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------------|
| 1. มีการสำรวจภาชนะทุกครั้งว่ามีการแตกหรือร้าว | 4.18 | 0.62 | มาก |
| 2. อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการสะอาดสวยงาม | 4.21 | 0.62 | มากที่สุด |
| 3. เครื่องถ้วยจานเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ | 4.24 | 0.62 | มากที่สุด |
| รวมด้านเครื่องมือ | 4.21 | 0.56 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเครื่องมือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เครื่องถ้วยจานเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ ($\bar{X} = 4.24$, S.D = 0.62) รองลงมาคือ อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการ สะอาดสวยงาม ($\bar{X} = 4.21$, S.D = 0.62) และมีการสำรวจภาชนะทุกครั้งว่ามีการแตกหรือร้าว ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านวัตถุดิบ

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านวัตถุดิบ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------------|
| 1. วัตถุดิบทุกอย่างสด สะอาดทำวันต่อวัน | 4.25 | 0.63 | มากที่สุด |
| 2. วัตถุดิบมีปริมาณที่เพียงพอ และคุณค่าคุ้มกับราคา | 4.23 | 0.63 | มากที่สุด |
| รวมด้านวัตถุดิบ | 4.23 | 0.60 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านวัตถุดิบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D = 0.60) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ วัตถุดิบทุกอย่างสด สะอาดทำวันต่อวัน ($\bar{X} = 4.25$, S.D = 0.63) รองลงมาคือ วัตถุดิบมีปริมาณที่เพียงพอ และคุณค่าคุ้มกับราคา ($\bar{X} = 4.23$, S.D = 0.63) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการบริหารระบบ

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการบริหารระบบ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------------|
| 1. คิดโปรโมชั่นให้ตอบโจทย์ปัญหาที่เกิดขึ้น ปัจจุบัน | 4.23 | 0.60 | มากที่สุด |
| 2. ย่างเนยฉีกข้อจำกัดบุฟเฟ่ต์ “กินเหลือไม่ ปรับ ไม่จำกัดเวลา” | 4.21 | 0.71 | มากที่สุด |
| รวมด้านการบริหารระบบ | 4.22 | 0.60 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการบริหารระบบ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D = 0.60) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คิดโปรโมชั่นให้ตอบโจทย์ปัญหาที่เกิดขึ้นปัจจุบัน ($\bar{X} = 4.23$, S.D = 0.60) รองลงมาคือ ย่างเนยฉีกข้อจำกัดบุฟเฟ่ต์ “กินเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา” ($\bar{X} = 4.21$, S.D = 0.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านขวัญและกำลังใจ

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านขวัญและกำลังใจ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------------|
| 1. ทานเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา | 4.21 | 0.68 | มากที่สุด |
| 2. คุณภาพวัตถุดิบเกินราคา บวกน้ำรีฟิล | 4.24 | 0.60 | มากที่สุด |
| 3. ทางร้านเข้าร่วมโครงการ เช่นคนละครึ่ง | 4.25 | 0.59 | มากที่สุด |
| รวมด้านขวัญและกำลังใจ | 4.23 | 0.56 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านขวัญและกำลังใจ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ด้านขวัญและกำลังใจ ($\bar{X} = 4.25$, S.D = 0.59) รองลงมาคือ คุณภาพวัตถุดิบเกินราคา บวกน้ำรีฟิล ($\bar{X} = 4.24$, S.D = 0.60) และทานเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา ($\bar{X} = 4.21$, S.D = 0.68) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 5 ด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้าน บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านอย่างเนย จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 1.1 ด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจ บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านอย่างเนย จังหวัดชุมพร

H_0 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านอย่างเนย จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านอย่างเนย จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านอย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| เพศ | การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านอย่างเนย จังหวัดชุมพร | | T | Sig. |
|---------|---|-------|-------|-------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ชาย | 4.19 | 0.500 | 0.558 | 0.115 |
| 2. หญิง | 4.23 | 0.582 | | |

*P < .05

จากตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านอย่างเนย จังหวัดชุมพร พบว่า ประชากรเพศหญิงส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.582) และเพศชายมีส่วนร่วมระดับมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย=4.19, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.500) ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ T-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยตัวอิสระ มีคำตอบ 2 กลุ่ม คือ เพศชาย และเพศหญิง พบว่า ได้ค่า (t) เท่ากับ 0.558 และค่านัยสำคัญเท่ากับ 0.115 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศที่แตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านอย่างเนย จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ด้านประชากรศาสตร์ในด้านอายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการธุรกิจ บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านอย่างเนย จังหวัดชุมพร ไม่อนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_0 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้านอายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง :
กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้านอายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง :
กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

สถิติที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร | อายุ | | F | Sig. |
|---|-----------|-------|-------|-------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ด้านทรัพยากรมนุษย์ | 4.17 | 0.615 | 1.095 | 0.315 |
| 2. ด้านเงินทุน | 4.20 | 0.656 | 0.273 | 0.845 |
| 3. ด้านเครื่องมือ | 4.20 | 0.563 | 0.265 | 0.851 |
| 4. ด้านวัตถุดิบ | 4.23 | 0.590 | 0.513 | 0.673 |
| 5. ด้านการบริหารระบบ | 4.21 | 0.600 | 0.907 | 0.438 |
| 6. ด้านขวัญและกำลังใจ | 4.23 | 0.558 | 0.985 | 0.400 |

* $P < .05$

จากตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ย ด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านวัตถุดิบมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.590) รองลงมา ด้านขวัญและกำลังใจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.558) รองลงมา ด้านการบริหารระบบมีความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย=4.21, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.600) รองลงมา ด้านเงินทุนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.656) รองลงมา ด้านเครื่องมือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.563) และด้านทรัพยากรมนุษย์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.17, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.615) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ พบว่า การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ ด้านขวัญและกำลังใจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.315, 0.845, 0.851, 0.673, 0.438, 0.400 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันให้

ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ ด้านขวัญและกำลังใจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 4.21

สมมติฐานที่ 1.3 ด้านประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้าย่างเนย จังหวัดชุมพร

H_0 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้าย่างเนย จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้าย่างเนย จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

สถิติที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้าย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา: ร้าย่างเนย จังหวัด ชุมพร | ระดับการศึกษา | | F | Sig. |
|---|---------------|-------|-------|-------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ด้านทรัพยากรมนุษย์ | 4.17 | 0.615 | 1.210 | 0.306 |
| 2. ด้านเงินทุน | 4.20 | 0.656 | 0.984 | 0.401 |
| 3. ด้านเครื่องมือ | 4.20 | 0.563 | 0.885 | 0.449 |
| 4. ด้านวัตถุดิบ | 4.23 | 0.590 | 1.180 | 0.317 |
| 5. ด้านการบริหารระบบ | 4.21 | 0.600 | 0.703 | 0.551 |
| 6. ด้านขวัญและกำลังใจ | 4.23 | 0.558 | 0.711 | 0.546 |

*P< .05

จากตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ย ด้านระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้าย่างเนย จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านวัตถุดิบมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.590) รองลงมา ด้านขวัญและกำลังใจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.558) รองลงมา ด้านการบริหารระบบมีความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย=4.21, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.600) รองลงมา ด้านเงินทอนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.656) รองลงมา ด้านเครื่องมือมี

ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.563) และด้านทรัพยากรมนุษย์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.17, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.615) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ ด้านขวัญและกำลังใจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.306, 0.401, 0.449, 0.317, 0.551, 0.546 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ ด้านขวัญและกำลังใจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 4.22

สมมติฐานที่ 1.4 ด้านประชากรศาสตร์ในด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

H_0 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร แตกต่าง

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา: ร้านย่างเนย จังหวัด ชุมพร | อาชีพ | | F | Sig. |
|--|-----------|-------|-------|-------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ด้านทรัพยากรมนุษย์ | 4.17 | 0.615 | 0.671 | 0.613 |
| 2. ด้านเงินทุน | 4.20 | 0.656 | 0.501 | 0.735 |
| 3. ด้านเครื่องมือ | 4.20 | 0.563 | 0.673 | 0.611 |
| 4. ด้านวัตถุดิบ | 4.23 | 0.590 | 1.116 | 0.349 |
| 5. ด้านการบริหารระบบ | 4.21 | 0.600 | 0.242 | 0.914 |
| 6. ด้านขวัญและกำลังใจ | 4.23 | 0.558 | 0.204 | 0.936 |

* $P < .05$

จากตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ย ด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา เอกสารนี้ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านวัตถุดิบมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด (ค่าเฉลี่ย=ค่า ไม่ต่ำกว่า 4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.590) รองลงมา ด้านขวัญและกำลังใจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ

มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.558) รองลงมา ด้านการบริหารระบบมีความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย=4.21, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.600) รองลงมา ด้านเงินทุนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.656) รองลงมา ด้านเครื่องมือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.563) และด้านทรัพยากรมนุษย์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.17, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.615) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ พบว่า การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ ด้านขวัญและกำลังใจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.613, 0.735, 0.611, 0.349, 0.914, 0.936 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันให้ ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ ด้านขวัญและกำลังใจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 4.23

สมมติฐานที่ 1.5 ด้านประชากรศาสตร์ในด้านรายได้ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

H_0 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้านรายได้ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ด้านประชากรศาสตร์ในด้านรายได้ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร แตกต่าง

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา: ร้านย่างเนย จังหวัด ชุมพร | รายได้ | | F | Sig. |
|--|-----------|-------|-------|-------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ด้านทรัพยากรมนุษย์ | 4.17 | 0.615 | 1.331 | 0.264 |
| 2. ด้านเงินทุน | 4.20 | 0.656 | 0.997 | 0.395 |
| 3. ด้านเครื่องมือ | 4.20 | 0.563 | 1.059 | 0.367 |
| 4. ด้านวัตถุดิบ | 4.23 | 0.590 | 1.033 | 0.378 |
| 5. ด้านการบริหารระบบ | 4.21 | 0.600 | 0.364 | 0.779 |
| 6. ด้านขวัญและกำลังใจ | 4.23 | 0.558 | 1.070 | 0.362 |

* $P < .05$
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ย ด้านรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านวัตถุดิบมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.590) รองลงมา ด้านขวัญและกำลังใจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.558) รองลงมา ด้านการบริหารระบบมีความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย=4.21, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.600) รองลงมา ด้านเงินทุนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย=4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.656) รองลงมา ด้านเครื่องมือมีความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.563) และด้านทรัพยากรมนุษย์มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.17, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.615) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ พบว่า การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ ด้านขวัญและกำลังใจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.264, 0.395, 0.367, 0.378, 0.779, 0.362 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันให้ ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือ ด้าน วัตถุดิบ ด้านการบริหารระบบ ด้านขวัญและกำลังใจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดัง ตารางที่ 4.24

ส่วนที่ 6 ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 2.1 ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำ ธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 2.1 ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำ ธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

H_0 : ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ไม่อิทธิพล

H_1 : ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร อิทธิพล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 การทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระอิทธิพลของด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

| ตัวแปรอิสระ | สัมประสิทธิ์การถดถอย (β) | ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) | t | p-value |
|---|----------------------------------|-------------------------------|-------|---------|
| ค่าคงที่ (a) | 0.797 | 0.136 | 5.849 | 0.001* |
| 1. ด้านการให้บริการ | 0.240 | 0.054 | 4.461 | 0.001* |
| 2. ด้านการจัดร้าน | 0.022 | 0.060 | 0.365 | 0.715 |
| 3. ด้านพนักงาน | 0.210 | 0.059 | 3.579 | 0.001* |
| 4. ด้านเมนูอาหาร | 0.352 | 0.051 | 6.908 | 0.001* |
| R = 0.836 R ² = 0.699 F = 172.146 p-value = 0.001* | | | | |

*P < .05

จากตารางที่ 4.25 ผลสมมติฐานข้อ 2 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis พบว่า ค่า F = 172.146, p-value = 0.001 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H₀ ยอมรับ H_a แสดงว่ามีตัวแปรอิสระบางตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาค่า p-value ของค่า T ในตารางที่ 4.25 พบว่า ค่า p-value ของค่าคงที่เท่ากับ 0.001 ค่า p-value ด้านการให้บริการ เท่ากับ 0.001 ด้านพนักงานเท่ากับ 0.001 และด้านเมนูอาหารเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ยอมรับให้ที่ 0.05 แสดงว่า ด้านการบริการการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร คือ ด้านบริการ ($\beta = 0.240$, p-value = 0.001), ด้านการจัดร้าน ($\beta = 0.022$, p-value = 0.715) ด้านพนักงาน ($\beta = 0.210$, p-value = 0.001) และด้านเมนูอาหาร ($\beta = 0.352$, p-value = 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีทิศทางของความสัมพันธ์ในเชิงบวก ร้อยละ 69.9 (R² = 0.699) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับมาก

สำหรับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในด้านบริการ ด้านการจัดร้าน ด้านพนักงาน และด้านเมนูอาหาร ไม่มีอิทธิพลต่อ การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 การทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระอิทธิพลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างมีความสัมพันธ์ต่อการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง: กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

| ตัวแปรอิสระ | สัมประสิทธิ์การถดถอย (β) | ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) | t | p-value |
|--|-------------------------------------|----------------------------------|-------|---------|
| ค่าคงที่ (a) | 0.743 | 0.107 | 6.971 | 0.001* |
| 1. ด้านรูปลักษณ์ | 0.104 | 0.035 | 2.942 | 0.004* |
| 2. ด้านการตอบสนองลูกค้า | 0.158 | 0.050 | 3.175 | 0.002* |
| 3. ด้านการนำเชือถือไว้วางใจ | 0.175 | 0.059 | 2.978 | 0.003* |
| 4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า | 0.398 | 0.053 | 7.536 | 0.001* |
| R= 0.890 R ² =0.792 F= 283.563 p-value = 0.001* | | | | |

*P< .05

จากตารางที่ 4.26 ผลสมมติฐานข้อ 3 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis พบว่า ค่า F= 283.563, p-value =0.001 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H₀ ยอมรับ H_a แสดงว่ามีตัวแปรอิสระบางตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาค่า p-value ของค่า T ในตารางที่ 4.26 พบว่า ค่า p-value ของค่าคงที่เท่ากับ 0.001 ค่า p-value ด้านรูปลักษณ์ เท่ากับ 0.004 ด้านการตอบสนองลูกค้าเท่ากับ 0.002 ด้านการนำเชือถือไว้วางใจเท่ากับ 0.003 และด้านการดูแลเอาใจใส่เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ยอมรับที่ 0.05 แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง คือ ด้านรูปลักษณ์ ($\beta = 0.140$, p-value = 0.004), ด้านการตอบสนองลูกค้า ($\beta = 0.158$, p-value = 0.002) ด้านการนำเชือถือไว้วางใจ ($\beta = 0.175$, p-value = 0.003) และด้านการดูแลเอาใจใส่ ($\beta = 0.398$, p-value = 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีทิศทางของความสัมพันธ์ในเชิงบวก ร้อยละ 79.2 (R² =0.792) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับมาก

สำหรับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างในด้านรูปลักษณ์ ด้านการการตอบสนองลูกค้า ด้านการนำเชือถือไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อ การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง 2) เพื่อศึกษาด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง โดยการคำนวณด้วยสูตร Krejcie & Morgan (1970) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม จำนวน 302 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยใช้ค่าสถิติได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสถิติ T-test (independent Sample -Test) ค่าสถิติ One-way Analysis of Variance (ANOVA) ในการสรุปผลการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านย่างเนย เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.00 อายุ 19-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.90 ระดับการศึกษาระดับปวช./ปวส. คิดเป็นร้อยละ 41.10 ผู้ตอบโดยส่วนใหญ่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.40 มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวนมากคิดเป็นร้อยละ 39.10

ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารมีให้เลือกหลายหลายประเภท (\bar{X} = 4.22, S.D = 0.68) รองลงมาคือ อาหารสด สะอาด ถูกหลักอนามัย (\bar{X} = 4.22, S.D = 0.68) และปริมาณอาหารเพียงพอต่อการของลูกค้ำ (\bar{X} = 4.19, S.D = 0.66) ตามลำดับ

ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการจัดร้าน โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.14, S.D = 0.58) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความชัดเจนของป้ายชื่อรายการอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.63) รองลงมาคือ ความกว้างของสถานที่ภายในร้านและการจัดที่นั่ง (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.66) การตกแต่งสถานที่ที่มีความเหมาะสมเป็นระเบียบ (\bar{X} = 4.14, S.D = 0.70) และสถานที่จอดรถลูกค้าอย่างเพียงพอ (\bar{X} = 4.05, S.D = 0.78) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี หากมีผู้ขโมยหรือเผยแพร่เอกสารนี้โดยไม่ได้รับอนุญาตทางมหาวิทยาลัยจะไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.60) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.63) รองลงมาคือ การให้บริการของพนักงาน มีความกระตือรือร้น (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.66) และพนักงานมีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ (\bar{X} = 4.13, S.D = 0.68) ตามลำดับ

ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในด้านเมนูอาหาร โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.12, S.D = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีน้ำจิ้มให้เลือกหลายรสชาติ (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.64) รองลงมาคือ มีเมนูซีฟู้ด ให้เลือกสรรจำนวนมาก (\bar{X} = 4.19, S.D = 0.70) และจัดชุดบุฟเฟ่ต์ให้ลูกค้า ในราคาชุดละ 299 บาท มีเหมาะสม (\bar{X} = 3.96, S.D = 0.89) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านรูปลักษณ์ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.14, S.D = 0.68) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาคุ้มค่ากับปริมาณอาหารที่ได้รับ (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.74) รองลงมาคือ บรรยากาศในร้านปลอดโปร่ง กว้างขวาง (\bar{X} = 4.12, S.D = 0.72) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในด้านการตอบสนองลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่จำกัดเวลาในการรับประทาน (\bar{X} = 4.22, S.D = 0.68) รองลงมาคือ มีบริการในการเลือกที่นั่งและจองโต๊ะ (\bar{X} = 4.17, S.D = 0.68) และมีเมนูพิเศษประจำเดือน เช่น กุ้งแม่น้ำ (\bar{X} = 4.11, S.D = 0.76) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในด้านการนำเชื่อถือไว้วางใจ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.17, S.D = 0.58) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทุกร้านสาขาอย่างเนย มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.64) รองลงมาคือ บริการรวดเร็ว (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.64) และทางร้านจัดทำตลาดออนไลน์ โดยใช้ช่องทางใน Social Website เป็นต้น (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.65) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ในด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการให้บริการเติมถ่านและเปลี่ยนเตา (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.66) รองลงมาคือ มีการจัดบริการเติมน้ำซุ๊ป (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.68) และมีการสอบถามความต้องการของลูกค้า (\bar{X} = 4.13, S.D = 0.70) ตามลำดับ

การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า (\bar{X} = 4.18, S.D = 0.61) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กำลังคนไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดบเลียงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน (\bar{X} = 4.20, S.D = 0.65) รองลงมาคือ คุณสมบัติของงานเหมาะสมกับงานที่รับมอบหมาย (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.67) ตามลำดับ

การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเงินทุน โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.61) เมื่อพิจารณาอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้บริการรายอื่น (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.66)

การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านเครื่องมือ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เครื่องถ้วยจานเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ (\bar{X} = 4.24, S.D = 0.62) รองลงมาคือ อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการ สะอาดสวยงาม (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.62) และมีการสำรวจภาชนะทุกครั้งว่ามีการแตก หรือร้าว (\bar{X} = 4.18, S.D = 0.62) ตามลำดับ

การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านวัตถุดิบ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.23, S.D = 0.60) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ วัตถุดิบทุกอย่างสด สะอาดทำวันต่อวัน (\bar{X} = 4.25, S.D = 0.63) รองลงมาคือ วัตถุดิบมีปริมาณที่เพียงพอ และคุณค่าคุ้มกับราคา (\bar{X} = 4.23, S.D = 0.63) ตามลำดับ

การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านการบริหารระบบ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.22, S.D = 0.60) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คิดโปรแกรมขึ้นให้ตอบโจทยปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (\bar{X} = 4.23, S.D = 0.60) รองลงมาคือ อย่างเนยฉีกข้อจำกัดบุฟเฟ่ต์ “กินเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา” (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.71) ตามลำดับ

การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ด้านขวัญและกำลังใจ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.23, S.D = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ด้านขวัญและกำลังใจ (\bar{X} = 4.25, S.D = 0.59) รองลงมาคือ คุณภาพวัตถุดิบเกินราคาบวก น้ำรีฟิล (\bar{X} = 4.24, S.D = 0.60) และทานเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.68) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า

1. สรุปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้าย่างเนย จังหวัดชุมพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1

2. สรุปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ด้านการบริหารจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง เช่น ด้านให้บริการ ด้านการจัดร้าน ด้านพนักงาน และด้านเมนูอาหาร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis พบว่า ค่า F= 172.146, p-value =0.001 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H0

เอกสารนี้ยอมรับ Ha แสดงว่ามีตัวแปรอิสระบางตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาค่า p-value ของค่าไม่เท่ากับ 0 ในตารางที่ 4.25 พบว่า ค่า p-value ของค่าคงที่เท่ากับ 0.001 ค่า p-value ด้านการให้บริการ

เท่ากับ 0.001 ด้านพนักงานเท่ากับ 0.001 และด้านเมนูอาหารเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ยอมให้ที่ 0.05 แสดงว่า ด้านการบริการการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร คือ ด้านบริการ ($\beta = 0.240$, p-value = 0.001), ด้านการจัดร้าน ($\beta = 0.022$, p-value = 0.715) ด้านพนักงาน ($\beta = 0.210$, p-value = 0.001) และด้านเมนูอาหาร ($\beta = 0.352$, p-value = 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีทิศทางของความสัมพันธ์ในเชิงบวก ร้อยละ 69.9 ($R^2 = 0.699$) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับมาก

3. สรุปผลสมมติฐานข้อ 3 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis พบว่า ค่า $F = 283.563$, p-value = 0.001 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a แสดงว่ามีตัวแปรอิสระบางตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาค่า p-value ของค่า T ในตารางที่ 4.26 พบว่า ค่า p-value ของค่าคงที่เท่ากับ 0.001 ค่า p-value ด้านรูปลักษณ์ เท่ากับ 0.004 ด้านการตอบสนองลูกค้าเท่ากับ 0.002 ด้านการนำเชือถือไว้วางใจเท่ากับ 0.003 และด้านการดูแลเอาใจใส่เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ยอมให้ที่ 0.05 แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง คือ ด้านรูปลักษณ์ ($\beta = 0.140$, p-value = 0.004), ด้านการตอบสนองลูกค้า ($\beta = 0.158$, p-value = 0.002) ด้านการนำเชือถือไว้วางใจ ($\beta = 0.175$, p-value = 0.003) และด้านการดูแลเอาใจใส่ ($\beta = 0.398$, p-value = 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีทิศทางของความสัมพันธ์ในเชิงบวก ร้อยละ 79.2 ($R^2 = 0.792$) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับมาก

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา ร้านย่างเนย สาขาชุมพร ได้มีการอภิปรายผลการศึกษาคั้งนี้ ดังนี้

5.2.1 ผลการศึกษาปัจจัยบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 19-30 ปี ระดับศึกษาปวช./ปวส. อาชีพนักเรียนนักศึกษา รายได้ต่อเดือนเฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างกรณีศึกษา ร้านย่างเนย ชุมพร สอดคล้องกับ วรณิศา เสาวรส การศึกษาพฤติกรรมบริการบริโภคอาหาร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการร้านย่างเนยสาขาชาวมงคลคลอง 6 ในเขตคลองหลวง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา มีสถานภาพโสด อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ โดยประมาณต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาท และมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอพาร์ทเมนท์/หอพัก เข้า มาใช้บริการเพื่อพบปะสังสรรค์ รับประทานที่ร้านย่างเนยนานกว่า 2 ชั่วโมง เวลาที่เข้ามาใช้ บริการอยู่ระหว่าง 17.00 – 19.00 น. ใช้บริการในวันศุกร์ – วันอาทิตย์ มีคนที่ร่วมรับประทาน ในแต่ละครั้ง 3 – 5 คน จ่ายค่าอาหารในแต่ละครั้ง 400 บาทขึ้นไป มารับประทานประมาณ 3 – 5 ครั้งต่อเดือนด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริการบริโภคอาหารของร้านย่างเนยสาขาชาวมงคล

ไม่่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คลอง 6 ในเขตคลองหลวง และยังพบว่า การทดสอบ ความแตกต่างของเพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และลักษณะที่อยู่อาศัย กับ ความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

5.2.2 ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านการจัดร้าน ด้านพนักงาน และด้านเมนูอาหาร ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ร้านย่างเนย โดยรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจจากผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ร้านย่างเนย ชุมพร สอดคล้องกับ ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ ปัญญาภรณ์ ผลเกิด อรรถกร จิตกุล อาทิตยา ลาวงศ. (2560) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้ บริการร้านชาบูในจังหวัดบุรีรัมย์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านชาบู ในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้ง 4 ด้าน โดยปัจจัยทางการตลาดด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคเลือกใช้ใช้บริการ ร้านชาบูมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.45 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.18 พฤติกรรมการใช้บริการร้านชาบูของผู้บริโภคในหนึ่งเดือนผู้บริโภคใช้บริการร้านชาบู 2 – 3 ครั้ง มาใช้บริการร้านชาบู 2 คน โดยส่วนใหญ่มาทำกับเพื่อน มาใช้บริการร้านชาบูตามปกติไม่มีโอกาสพิเศษ เหตุผลที่ชอบใช้บริการร้านชาบูเพราะราคาไม่แพง เหตุผลที่สำคัญมากที่สุดในการเลือกใช้บริการร้าน ชาบูมากที่สุดก็คือรสชาติของอาหาร ราคาที่ผู้บริโภคสามารถจ่ายได้ในแต่ละครั้ง คือ 150-200 บาท เมนูที่ชอบมากที่สุดที่ร้านชาบูได้แก่ อาหารทะเล กุ้ง ปลาหมึก ปลา อาหารที่ต้องการให้ร้านชาบู เพิ่มเติมยังคงเป็นอาหารทะเล กุ้ง ปลาหมึก ปลา น้ำจิ้มซีฟู้ดเป็นน้ำจิ้มที่ผู้บริโภคชอบมาก แผ่นป้าน โฆษณาตามเสาไฟ เป็นแหล่งที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด ปัญหาที่ในการมาใช้บริการร้านชาบูที่ ผู้บริโภคพบบ่อย ได้แก่อาหารหมดเร็วเกินไป

5.2.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้แก่ด้านรูปลักษณ์ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการนำเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ ปิ้งย่าง กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ร้านย่างเนย โดยรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจจากผู้บริโภค ที่มาใช้บริการ ร้านย่างเนย ชุมพร สอดคล้องกับ รังสรรค์ เลิศในสัตย์ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย. (2563) การประเมินระดับความ พึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามรายได้ โดยรวมทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานใน ระดับมาก ต่อระบบการบริการในระดับมาก ต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก 2) ผู้ตอบแบบสอบถามแยก ตามประสบการณ์เคยไปญี่ปุ่น ผู้มีประสบการณ์พอใจ ทั้งการบริการของพนักงาน ระบบการบริการ สิ่งแวดล้อมในระดับมาก ในขณะที่ผู้ไม่มีประสบการณ์พอใจการบริการของพนักงาน และ สิ่งแวดล้อม ในระดับมาก แต่พอใจต่อระบบบริการ ในระดับปานกลาง 3) ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความถี่ ในการใช้บริการ ทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจ ทั้งสามด้านในระดับมาก 4) ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทุกกลุ่มมีความพึงพอใจทั้งสามด้านในระดับมาก แต่จากการทำ Focus Group กลับพบว่า ทั้ง 3 ด้านของระบบการบริการคือบุคลากร ระบบ และสภาพสิ่งแวดล้อม นั้นยังไม่สามารถเทียบได้กับการบริการในญี่ปุ่น ซึ่งมีส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างมาก

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

ผู้ประกอบการบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ควรศึกษาพัฒนาและปรับปรุง ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างได้แก่ ด้านการให้บริการ เกี่ยวกับอาหารเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ด้านการจัดร้าน ต้องมีสถานที่จอดรถลูกค้าเพียงพอต่อการลูกค้า เพราะลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการเกิดปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง เกี่ยวกับบรรยากาศภายในร้าน ต้องขยายให้กว้างขวางให้เดินได้สะดวกกว่าเดิม ด้านการตอบสนองลูกค้าในเรื่องมีเมนูพิเศษประจำเดือนควรมีให้มากกว่า กุ้งแม่น้ำ หรืออาจจะเป็นหอยนางรม เนื้อโคขุน และการบริการควรบริการให้รวดเร็วอย่าให้ผู้บริโภคต้องรอนาน และต้องใส่ใจสอบถามความต้องการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนอง และทำให้ผู้บริโภคประทับใจ ให้สอดคล้องกับด้านการจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างเพื่อที่ทางร้านอย่างเนยได้นำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจากข้อเสนอแนะดังกล่าว อาจเป็นการชี้แนวทางเพื่อให้ร้านสามารถเพิ่มยอดขายได้มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค การปรับตัวของ ผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในช่วงสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ การรับมือกับสถานการณ์โรค ระบาด และทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการศึกษาระดับอื่น ๆ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา นาคสกุล. *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบุฟเฟต์ปิ้งย่าง.*

กนกพร อ่ำคง.(2559). *การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร้านอาหารบุฟเฟต์ในเขตเมืองพิษณุโลก.*

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร สาขาวิชาภูมิศาสตร์.

ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ ปัญญาภรณ์ ผลเกิด อรรถกร จัตกุล อาทิตยา ลาวงศ. (2560). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดบุรีรัมย์.*

อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

ชลลดา มงคลวนิช. (2560). *ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย.* มหาวิทยาลัยสยาม.

รุจิรา ถาวรระ. (2549). *พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ของผู้บริโภค กรณีศึกษาภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นชาบูชิ.* สารนิพนธ์ธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รังสรรค์ เลิศในสัจย์ (2563). *การประเมินระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย.* คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย.

วิชยา ทองล้ำพ์. (2559). *ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล.* บริหารธุรกิจบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรรณิศา เสาวรส.(2564). *การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลการเข้าไปใช้บริการร้านอย่างเนยสาขาราชมงคลคลอง 6 ในเขตคลองหลวง.* บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ปริญญา ลักขิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552.* กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ภาษาอังกฤษ

Bitlog, D. Z. (2017). Investigating Consumer Preferences in Selecting Buffet Restaurants in Davao Region, Philippines. *Journal of Administrative and Business Studies*, 3(5), 221–233.

Bitner, M. J. (1992). Servicespace: The impact of physical surroundings on customer and employees. *Journal of Marketing*, 56(21), 57-72.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Kittima Lumpakdee & Kraichit Sutamueang. (2012). Factors Influencing Decision Making of Working Consumers in Choosing their Buffet Restaurant in Bangkok. *Journal of Finance, Investment, Marketing and Business Management*, 2 (4), 19–35.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management Analysis. New Jersey: A Simon & Schuster Company.*

Jang, Seo Yeon. (2014). *Explore people's motivations for choosing ethnic restaurants and their influence on their willingness to visit their country of origin.*

Ma, Tengfei. (2018). *Creating Interesting Experiences in the Chinese Restaurant Sector: A Cross-Regional Study.*

Schiffman and Kanuk. (1994). *Meaning of consumer behavior.*

Prihandono, Dorajatun. (2015). *Increasing the survival of Indonesian franchisees in the restaurant and retail sectors.*

ออนไลน์

ปริญญ์ ลักษิตามาต. (2559). กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างคุณค่าการรับรู้ร้านอาหารไทยประยุกต์สู่อาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2564. จาก *วารสารปัญญาภิวัฒน์* ISSN 2651-1088 (ออนไลน์) <https://so05.tcithaijo.org/index.php/pimjournal/index>.

เพื่อนแ้ร้านอาหาร. *กลยุทธ์จัดการต้นทุนอาหารร้าน Buffet (เบื้องต้น)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 จาก <https://www.xn--o3cubr1ab9cle2ccb9c8gta3ivab.com/cost-control-buffet/>.

ไมค์-ชนะสิทธิ์ แสงรุ่งคงคา. *กิจการบุฟเฟต์ อย่างเนย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2564. จาก <https://readthecloud.co/yangnoey/>.

สุนิสา เฟ่งเซ่ง (2557). *ความพึงพอใจซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเอ็มเค สุกี้ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 จาก <https://research-system.siam.edu/2013-12-20-04-25-20/1488-2013-12-20-05-58-241>.

KTC. *โปรโมชั่นบุฟเฟต์โรงแรมหรู กินได้ไม่อั้น กับ บัตรเครดิต KTC*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2564 จาก <https://www.ktc.co.th/promotion/dining/hotel-dining/hotel-buffets>.

อย่างเนย ชุมพร. เข้าถึงได้ จาก <https://www.facebook.com/yangnoeychumphon/>. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้เพื่อการศึกษาเท่านั้น มิใช่สัญญาหรือเงื่อนไขในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา: ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร
คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
- 2) เพื่อศึกษาด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
- 3) เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

แบบสอบถามชุดนี้ มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
- ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
- ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการอย่างมากต่อการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิจัย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง เพื่อจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไปอย่างสมบูรณ์และข้อมูลที่ท่านให้ไว้ ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับและไม่นำไปเผยแพร่แต่ประการใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ หากท่านมีข้อสงสัยประการใดโปรดสอบถามข้าพเจ้านางสาว ศิริวรรณ อุตริหมายเลขโทรศัพท์ 0987756343 E-mail: 62205052@kmitl.ac.th

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้
 นางสาว ศิริวรรณ อุตริ

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า

คุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ น้อยกว่า 18 ปี 19 - 30 ปี
 31 - 40 ปี อายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาต้น / ปลาย ระดับปวช. / ปวส.
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานเอกชน
 ข้าราชการ/พนักงานราชการ ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ
 แม่บ้าน / พ่อบ้าน / ไม่ประกอบอาชีพ อื่นๆ.....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000 - 15,000 บาท
 16,000 - 30,000 บาท มากกว่า 30,001 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

| ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
| | มากที่สุด 5 | มาก 4 | ปานกลาง 3 | น้อย 2 | น้อยที่สุด 1 |
| ด้านการให้บริการ | | | | | |
| 1. รายการอาหารมีให้เลือกหลายหลายประเภท | | | | | |
| 2. ปริมาณอาหารเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า | | | | | |
| 3. อาหารสด สะอาด ถูกหลักอนามัย | | | | | |
| ด้านการจัดร้าน | | | | | |
| 1. ความกว้างของสถานที่ภายในร้านและการจัดที่นั่ง | | | | | |
| 2. มีสถานที่จอดรถลูกค้าอย่างเพียงพอ | | | | | |
| 3. การตกแต่งสถานที่มีความเหมาะสมเป็นระเบียบ | | | | | |
| 4. ความชัดเจนของป้ายชื่อรายการอาหารแบบบุฟเฟต์ | | | | | |
| ด้านพนักงาน | | | | | |
| 1. พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ | | | | | |
| 2. การให้บริการของพนักงานมีความกระตือรือร้น | | | | | |
| 3. จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ | | | | | |
| ด้านเมนูอาหาร | | | | | |
| 1. มีน้ำจิ้มให้เลือกหลายรสชาติ | | | | | |
| 2. มีเมนูซีฟู้ด ให้เลือกสรรจำนวนมาก | | | | | |
| 3. จัดชุดบุฟเฟต์ให้ลูกค้า ในราคาชุดละ 299 บาท มีเหมาะสม | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรณีใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่ควรเอาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง
 ไม่ควรกรอกรหัสลับ หรือข้อมูลอื่นใดลงไปในช่องว่างของเอกสารชุดนี้เพื่อความปลอดภัย
 คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

| ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
| | มากที่สุด 5 | มาก 4 | ปานกลาง 3 | น้อย 2 | น้อยที่สุด 1 |
| ด้านรูปลักษณ์ | | | | | |
| 1. ราคาคุ้มค่ากับปริมาณอาหารที่ได้รับ | | | | | |
| 2. บรรยากาศในร้านปลอดโปร่ง กว้างขวาง | | | | | |
| ด้านการตอบสนองลูกค้า | | | | | |
| 1. ไม่จำกัดเวลาในการรับประทาน | | | | | |
| 2. มีบริการในการเลือกที่นั่งและจองโต๊ะ | | | | | |
| 3. มีเมนูพิเศษประจำเดือน เช่น กุ้งแม่น้ำ | | | | | |
| ด้านการนำเชื่อถือไว้วางใจ | | | | | |
| 1. บริการรวดเร็ว | | | | | |
| 2. ทุกร้านสาขาร้านอย่างเนย มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน | | | | | |
| 3. ทางร้านจัดทำตลาดออนไลน์ โดยใช้ช่องทางใน Social Website เป็นต้น | | | | | |
| ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า | | | | | |
| 1. มีการจัดบริการเติมน้ำซุป | | | | | |
| 2. มีการให้บริการเติมถ่านและเปลี่ยนเตา | | | | | |
| 3. มีการสอบถามความต้องการของลูกค้า | | | | | |

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟต์ปิ้งย่าง
 เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง กรุณาให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุดไปใช้

| การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
| | มากที่สุด 5 | มาก 4 | ปานกลาง 3 | น้อย 2 | น้อยที่สุด 1 |
| ด้านทรัพยากรมนุษย์ | | | | | |
| 1. กำลังคนเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน | | | | | |
| 2. คุณสมบัติของงานเหมาะสมกับงานที่รับ มอบหมาย | | | | | |
| ด้านเงินทุน | | | | | |
| 1. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้บริการรายอื่น | | | | | |
| ด้านเครื่องมือ | | | | | |
| 1. มีการสำรวจภาชนะทุกครั้งว่ามีกรแตกหรือร้าว | | | | | |
| 2. อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการ สะอาดสวยงาม | | | | | |
| 3. เครื่องถ้วยจานเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ | | | | | |
| ด้านวัตถุดิบ | | | | | |
| 1. วัตถุดิบทุกอย่างสด สะอาดทำวันต่อวัน | | | | | |
| 2. วัตถุดิบมีปริมาณที่เพียงพอ และคุณค่าคุ้มกับราคา | | | | | |
| ด้านการบริหารระบบ | | | | | |
| 1. คัดโปรแกรมชั้นให้ตอบโจทยปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน | | | | | |
| 2. ย่างเนยฉีกข้อจำกัดบุฟเฟ่ต์ “กินเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา” | | | | | |
| ด้านขวัญและกำลังใจ | | | | | |
| 1. ทานเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา | | | | | |
| 2. คุณภาพวัตถุดิบเกินราคา บวกน้ำรีฟิล | | | | | |
| 3. ทางร้านเข้าร่วมโครงการ เช่นคนละครึ่ง | | | | | |

เอกสารนี้ **ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ** ทรัพยากรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างยิ่ง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๓๐/

วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตเคราะห้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร. กิตติ แก้วเขียว

ด้วย นางสาวศิริวรรณ อุดริ รหัสประจำตัว ๖๒๒๐๕๐๕๒ นักศึกษาระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง "การจัดการธุรกิจพ
เพ็ดปังียง กรณีศึกษา: รันย่างเนย จังหวัดชุมพร" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่
มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมือ
งานวิจัยมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขออนุญาตเคราะห้เป็นผู้
ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามสำหรับการจัดการธุรกิจพเพ็ด
ปังียง กรณีศึกษา: รันย่างเนย จังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห้

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาอิสระแบบวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร" โดยนางสาวศิริวรรณ อุทวิรัตน์ นักศึกษา 62205052 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รศ.ดร.ชนหัต บุษยรัตน์ภักดีภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

| | | |
|----------------------------|----------|----|
| ข้าพเจ้าเห็นว่าสอดคล้อง | ให้คะแนน | 1 |
| ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง | ให้คะแนน | 0 |
| ข้าพเจ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง | ให้คะแนน | -1 |

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวศิริวรรณ อุทวิรัตน์)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

อ. กิตติ ทวีชัย
 รศ. ชนหัต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวศิริวรรณ อุดวิ
รหัสนักศึกษา 62205052
หัวข้อการศึกษาระดับ "การจัดการธุรกิจพหุเท่าเทียม : กรณีศึกษา ร้านย่างเนย จังหวัด
ชุมพร"
ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)
 ทำเนียบการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ปรับปรุงตามความเห็น : หน้า 110 : 10/10/64 :

ลงชื่อ... อ. นิตติ ชัยวัฒน์
(.....)
วันที่ 26/10/64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.วิษระ ศิลปเสวตร์

ด้วย นางสาวศิริวรรณ อุดริ รหัสประจำตัว ๖๒๒๐๕๐๕๒ นักศึกษาระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง "การจัดการธุรกิจบุฟ
เฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา: ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่
มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมือ
งานวิจัยมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็น
ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามสำหรับการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์
ปิ้งย่าง กรณีศึกษา: ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษานิพนธ์แบบวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเมธ จังหวัดชุมพร" โดยนางสาวศิริวรรณ อุตวิวิธศึกษาศึกษา 62205052 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รศ.ดร.ชนนัท บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษานิพนธ์ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

| | | |
|-------------------------|----------|----|
| ถ้าเห็นว่ามีสอดคล้อง | ให้คะแนน | 1 |
| ถ้าไม่เห็นว่ามีสอดคล้อง | ให้คะแนน | 0 |
| ถ้าเห็นว่ามีไม่สอดคล้อง | ให้คะแนน | -1 |

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวศิริวรรณ อุตวิ)

นักศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

(ลายเซ็น)
 ศ.ดร. ก้องเกียรติ
 นร. วิทยาลัยการศึกษานานาชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



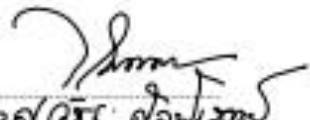
การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตกรุงเทพมหานครดุสิต กรุงเทพมหานคร

นักศึกษา นางสาวศิริวรรณ อุดริ
 รหัสนักศึกษา 62205052
 หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ "การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์บึงย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างแฉะ จังหวัด
 ชุมพร"

ขอคิดค้นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

มีให้ - ผู้คิดค้น อนุมัติ ✓
 ผศ.ดร. สว่างใจ อุดริ
 ผศ.ดร. สว่างใจ อุดริ

ลงชื่อ 
 (ผศ.ดร. สว่างใจ อุดริ)
 วันที่ ๑๖ ธ.ค. ๖๔

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ ๘๖ ๙๐๓๐/

วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอบขออนุญาตเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผ.ศ.ดร.ชัยญานกิต ผู้อำนวยการ

ด้วย นางสาวศิริวรรณ อุจริ รหัสประจำตัว ๖๒๒๐๕๐๕๒ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง "การจัดการธุรกิจเพื่อสังคม ภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำ จังหวัดชุมพร" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนนิต บุญรัตนภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัยมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามสำหรับการจัดการธุรกิจเพื่อสังคม ภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำ จังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอขอบคุณ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนนิต บุญรัตนภักดิ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษานิพนธ์แบบวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์บึงย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างเนอ จังหวัดชุมพร" โดยนางสาวศิริวรรณ อุศิริ รหัสนักศึกษา 62205052 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รศ.ดร.ชเมวัฑ บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษานิพนธ์ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

| | | |
|-------------------------|----------|----|
| ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง | ให้คะแนน | 1 |
| ถ้าไม่เห็นว่าย่สอดคล้อง | ให้คะแนน | 0 |
| ถ้าเห็นว่าย่ไม่สอดคล้อง | ให้คะแนน | -1 |

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวศิริวรรณ อุศิริ)

นักศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

ชเมวัฑ
 รศ. ชเมวัฑ บุญรัตนกิตติภูมิ
 อ.อ. ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวศิริวรรณ อุดริ
รหัสนักศึกษา 62205052
หัวข้อการศึกษาอิสระ "การจัดการธุรกิจฟู้ดเพ็ดบิงย่าง : กรณีศึกษา ร้านย่างแฉะ จังหวัด
ชุมพร"

ขอคิดค้นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

คำแนะนำการต่อ

คำแนะนำการต่อโดยมีการแก้ไข

บันทึกขอต่อท่าน

ลงชื่อ

(นศ. อ.ร. ชัยวรวิภา นพ.นพ.)

วันที่

พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่อง การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง กรณีศึกษา :ร้านย่างเนย จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| คำถาม | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ | | | IOC | ผลสรุป |
|------------------|-------------------------|---------|---------|------|--------|
| | คนที่ 1 | คนที่ 2 | คนที่ 3 | | |
| ข้อมูลทั่วไป | | | | | |
| 1. เพศ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 2. อายุ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 3. ระดับการศึกษา | 1 | 1 | 1 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 4. อาชีพ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 5. รายได้ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | ใช้ได้ |

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

| ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ | | | รวม | IOC | ผลสรุป |
|---|-------------------------|---------|---------|-----|------|--------|
| | คนที่ 1 | คนที่ 2 | คนที่ 3 | | | |
| 1.รายการอาหารมีให้เลือกหลายหลายประเภท | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 2. ปริมาณอาหารเพียงพอต่อการของลูกค้า | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 3. อาหารสด สะอาด ถูกหลักอนามัย | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 4. ความกว้างของสถานที่ภายในร้านและการจัดที่นั่ง | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 5. มีสถานที่จอดรถลูกค้าอย่างเพียงพอ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 6. การตกแต่งสถานที่มีความเหมาะสมเป็นระเบียบ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 7. ความชัดเจนของป้ายชื่อรายการอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ | | | รวม | IOC | ผลสรุป |
|--|-------------------------|---------|---------|-----|------|--------|
| | คนที่ 1 | คนที่ 2 | คนที่ 3 | | | |
| 8. พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 9.รายการอาหารมีให้เลือกหลายหลายประเภท | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 10. การให้บริการของพนักงานมีความกระตือรือร้น | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 11. จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 12. มีน้ำจิ้มให้เลือกหลายรสชาติ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 13. มีเมนูซีฟู้ด ให้เลือกสรรจำนวนมาก | 0 | 1 | 1 | 2 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 14. จัดชุดบุฟเฟต์ให้ลูกค้า ในราคาชุดละ 299 บาท มีเหมาะสม | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

| ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ | | | รวม | IOC | ผลสรุป |
|--|-------------------------|---------|---------|-----|------|--------|
| | คนที่ 1 | คนที่ 2 | คนที่ 3 | | | |
| 1. ราคาคุ้มค่ากับปริมาณอาหารที่ได้รับ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 2. บรรยากาศในร้านปลอดโปร่งกว้างขวาง | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 3. ไม่จำกัดเวลาในการรับประทาน | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 4. มีบริการในการเลือกที่นั่งและจองโต๊ะ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 5. มีเมนูพิเศษประจำเดือน เช่น กุ้งแม่น้ำ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 6. บริการรวดเร็ว | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 7. ทุกร้านสาขาร้านยางเนย มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 8. ทางร้านจัดทำตลาดออนไลน์โดยใช้ช่องทางใน Social Website เป็นต้น | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 9. มีการจัดบริการเติมน้ำซุ๊ป | 1 | 0 | 1 | 2 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 10. มีการให้บริการเติมถ่านและเปลี่ยนเตา | 1 | 0 | 1 | 2 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 11. มีการสอบถามความต้องการของลูกค้า | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

| การจัดการธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ | | | รวม | IOC | ผลสรุป |
|--|-------------------------|---------|---------|-----|------|--------|
| | คนที่ 1 | คนที่ 2 | คนที่ 3 | | | |
| 1. กำลังคนเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 2. คุณสมบัติของงานเหมาะสมกับงานที่รับมอบหมาย | 1 | 1 | 0 | 2 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 3. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้บริการรายอื่น | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 4. มีการสำรวจภาชนะทุกครั้งว่ามีการแตกหรือร้าว | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 5. อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการ สะอาดสวยงาม | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 6. เครื่องถ้วยจานเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 7. วัตถุดิบทุกอย่างสด สะอาดทำวันต่อวัน | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 8. วัตถุดิบมีปริมาณที่เพียงพอ และคุณค่าคุ้มกับราคา | 1 | 0 | 1 | 2 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 9. คิดโปรแกรมชั้นให้ตอบโจทย์ปัญหาที่เกิดในปัจจุบัน | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 10. อย่งเนยฉีกข้อจำกัดบุฟเฟ่ต์ “กินเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 11. ทานเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 12. คุณภาพวัตถุดิบเกินราคา บวกน้ำรีฟิล | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |
| 13. ทางร้านเข้าร่วมโครงการ เช่น คนละครึ่ง | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพศ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ชาย | 145 | 48.0 | 48.0 | 48.0 |
| | หญิง | 157 | 52.0 | 52.0 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

อาชีพ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | นักเรียน/นักศึกษา | 116 | 38.4 | 38.4 | 38.4 |
| | พนักงานเอกชน | 47 | 15.6 | 15.6 | 54.0 |
| | ข้าราชการ/พนักงานราชการ | 45 | 14.9 | 14.9 | 68.9 |
| | ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจอาชีพอิสระ | 70 | 23.2 | 23.2 | 92.1 |
| | แม่บ้าน / พ่อบ้าน / ไม่ประกอบอาชีพ | 24 | 7.9 | 7.9 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยกว่า 10,000 บาท | 118 | 39.1 | 39.1 | 39.1 |
| | 10,000 - 15,000 บาท | 96 | 31.8 | 31.8 | 70.9 |
| | 16,000 - 30,000 บาท | 69 | 22.8 | 22.8 | 93.7 |
| | มากกว่า 30,001 บาท | 19 | 6.3 | 6.3 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

ด้านการบริการจัดการร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

รายการอาหารมีให้เลือกหลายหลายประเภท

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 4 | 1.3 | 1.3 | 1.3 |
| | ปานกลาง | 32 | 10.6 | 10.6 | 11.9 |
| | มาก | 160 | 53.0 | 53.0 | 64.9 |
| | มากที่สุด | 106 | 35.1 | 35.1 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

ปริมาณอาหารเพียงพอต่อการของลูกค้า

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยมากที่สุด | 2 | .7 | .7 | .7 |
| | น้อย | 3 | 1.0 | 1.0 | 1.7 |
| | ปานกลาง | 22 | 7.3 | 7.3 | 8.9 |
| | มาก | 184 | 60.9 | 60.9 | 69.9 |
| | มากที่สุด | 91 | 30.1 | 30.1 | 100.0 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่ 302 ศึกษาคณะ 100.0 นั้น ไม่นับ 100.0 ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาหารสด สะอาด ถูกหลักอนามัย

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 4 | 1.3 | 1.3 | 1.3 |
| | ปานกลาง | 31 | 10.3 | 10.3 | 11.6 |
| | มาก | 162 | 53.6 | 53.6 | 65.2 |
| | มากที่สุด | 105 | 34.8 | 34.8 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

ความกว้างของสถานที่ภายในร้านและการจัดที่นั่ง

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | ปานกลาง | 44 | 14.6 | 14.6 | 14.9 |
| | มาก | 165 | 54.6 | 54.6 | 69.5 |
| | มากที่สุด | 92 | 30.5 | 30.5 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

มีสถานที่จอดรถลูกค้าอย่างเพียงพอ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยมากที่สุด | 4 | 1.3 | 1.3 | 1.3 |
| | น้อย | 2 | .7 | .7 | 2.0 |
| | ปานกลาง | 54 | 17.9 | 17.9 | 19.9 |
| | มาก | 156 | 51.7 | 51.7 | 71.5 |
| | มากที่สุด | 86 | 28.5 | 28.5 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

การตกแต่งสถานที่มีความเหมาะสมเป็นระเบียบ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 3 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | ปานกลาง | 47 | 15.6 | 15.6 | 16.6 |
| | มาก | 158 | 52.3 | 52.3 | 68.9 |
| | มากที่สุด | 94 | 31.1 | 31.1 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

ความชัดเจนของป้ายชื่อรายการอาหารแบบบุฟเฟต์

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ปานกลาง | 36 | 11.9 | 11.9 | 11.9 |
| | มาก | 168 | 55.6 | 55.6 | 67.5 |
| | มากที่สุด | 98 | 32.5 | 32.5 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 6 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | ปานกลาง | 35 | 11.6 | 11.6 | 13.6 |
| | มาก | 174 | 57.6 | 57.6 | 71.2 |
| | มากที่สุด | 87 | 28.8 | 28.8 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

การให้บริการของพนักงานมีความกระตือรือร้น

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 3 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | ปานกลาง | 38 | 12.6 | 12.6 | 13.6 |
| | มาก | 171 | 56.6 | 56.6 | 70.2 |
| | มากที่สุด | 90 | 29.8 | 29.8 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | ปานกลาง | 37 | 12.3 | 12.3 | 12.6 |
| | มาก | 178 | 58.9 | 58.9 | 71.5 |
| | มากที่สุด | 86 | 28.5 | 28.5 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

มีน้ำจิ้มให้เลือกรสชาติ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 3 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | ปานกลาง | 27 | 8.9 | 8.9 | 9.9 |
| | มาก | 176 | 58.3 | 58.3 | 68.2 |
| | มากที่สุด | 96 | 31.8 | 31.8 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

มีเมนูซัฟุด ให้เลือกสรรจำนวนมาก

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยมากที่สุด | 2 | .7 | .7 | .7 |
| | น้อย | 4 | 1.3 | 1.3 | 2.0 |
| | ปานกลาง | 27 | 8.9 | 8.9 | 10.9 |
| | มาก | 170 | 56.3 | 56.3 | 67.2 |
| | มากที่สุด | 99 | 32.8 | 32.8 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดชุดบุฟเฟต์ให้ลูกค้า ในราคาชุดละ 299 บาท มีเหมาะสม

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 22 | 7.3 | 7.3 | 7.3 |
| | ปานกลาง | 59 | 19.5 | 19.5 | 26.8 |
| | มาก | 131 | 43.4 | 43.4 | 70.2 |
| | มากที่สุด | 90 | 29.8 | 29.8 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง

ราคาคู่ค่างกับปริมาณอาหารที่ได้รับ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยมากที่สุด | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | น้อย | 3 | 1.0 | 1.0 | 1.3 |
| | ปานกลาง | 46 | 15.2 | 15.2 | 16.6 |
| | มาก | 148 | 49.0 | 49.0 | 65.6 |
| | มากที่สุด | 104 | 34.4 | 34.4 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

บรรยากาศในร้านปลอดโปร่ง กว้างขวาง

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยมากที่สุด | 2 | .7 | .7 | .7 |
| | น้อย | 1 | .3 | .3 | 1.0 |
| | ปานกลาง | 47 | 15.6 | 15.6 | 16.6 |
| | มาก | 161 | 53.3 | 53.3 | 69.9 |
| | มากที่สุด | 91 | 30.1 | 30.1 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

ไม่จำกัดเวลาในการรับประทาน

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยมากที่สุด | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | น้อย | 1 | .3 | .3 | .7 |
| | ปานกลาง | 34 | 11.3 | 11.3 | 11.9 |
| | มาก | 161 | 53.3 | 53.3 | 65.2 |
| | มากที่สุด | 105 | 34.8 | 34.8 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

มีบริการในการเลือกที่นั่งและจองโต๊ะ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 3 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | ปานกลาง | 39 | 12.9 | 12.9 | 13.9 |
| | มาก | 163 | 54.0 | 54.0 | 67.9 |
| | มากที่สุด | 97 | 32.1 | 32.1 | 100.0 |
| | Total | 302 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีเมนูพิเศษประจำเดือน เช่น กุ้งแม่น้ำ

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยมากที่สุด | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | น้อย | 5 | 1.7 | 1.7 | 2.0 |
| | ปานกลาง | 51 | 16.9 | 16.9 | 18.9 |
| | มาก | 149 | 49.3 | 49.3 | 68.2 |
| | มากที่สุด | 96 | 31.8 | 31.8 | 100.0 |
| Total | | 302 | 100.0 | 100.0 | |

บริการรวดเร็ว

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 2 | .7 | .7 | .7 |
| | ปานกลาง | 36 | 11.9 | 11.9 | 12.6 |
| | มาก | 178 | 58.9 | 58.9 | 71.5 |
| | มากที่สุด | 86 | 28.5 | 28.5 | 100.0 |
| Total | | 302 | 100.0 | 100.0 | |

ทุกร้านสาขาอย่างเนย มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | ปานกลาง | 34 | 11.3 | 11.3 | 11.6 |
| | มาก | 167 | 55.3 | 55.3 | 66.9 |
| | มากที่สุด | 100 | 33.1 | 33.1 | 100.0 |
| Total | | 302 | 100.0 | 100.0 | |

ทางร้านจัดทำตลาดออนไลน์ โดยใช้ช่องทางใน Social Website เป็นต้น

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 2 | .7 | .7 | .7 |
| | ปานกลาง | 38 | 12.6 | 12.6 | 13.2 |
| | มาก | 175 | 57.9 | 57.9 | 71.2 |
| | มากที่สุด | 87 | 28.8 | 28.8 | 100.0 |
| Total | | 302 | 100.0 | 100.0 | |

มีการจัดบริการเต็มหน้ารูป

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 4 | 1.3 | 1.3 | 1.3 |
| | ปานกลาง | 38 | 12.6 | 12.6 | 13.9 |
| | มาก | 168 | 55.6 | 55.6 | 69.5 |
| | มากที่สุด | 92 | 30.5 | 30.5 | 100.0 |
| Total | | 302 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการให้บริการเต็มถ่านและเปลี่ยนเตา

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยมากที่สุด | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | น้อย | 1 | .3 | .3 | .7 |
| | ปานกลาง | 37 | 12.3 | 12.3 | 12.9 |
| | มาก | 172 | 57.0 | 57.0 | 69.9 |
| | มากที่สุด | 91 | 30.1 | 30.1 | 100.0 |
| Total | | 302 | 100.0 | 100.0 | |

มีการสอบถามความต้องการของลูกค้า

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 4 | 1.3 | 1.3 | 1.3 |
| | ปานกลาง | 44 | 14.6 | 14.6 | 15.9 |
| | มาก | 162 | 53.6 | 53.6 | 69.5 |
| | มากที่สุด | 92 | 30.5 | 30.5 | 100.0 |
| | Total | | 302 | 100.0 | 100.0 |

การจัดการทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง

มีการสำรวจภาชนะทุกครั้งว่ามีการแตกหรือร้าว

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 2 | .7 | .7 | .7 |
| | ปานกลาง | 30 | 9.9 | 9.9 | 10.6 |
| | มาก | 182 | 60.3 | 60.3 | 70.9 |
| | มากที่สุด | 88 | 29.1 | 29.1 | 100.0 |
| | Total | | 302 | 100.0 | 100.0 |

คิดโปรโมชั่นให้ตอบใจหัยปัญหาที่เกิดขึ้นปัจจุบัน

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | ปานกลาง | 25 | 8.3 | 8.3 | 8.6 |
| | มาก | 181 | 59.9 | 59.9 | 68.5 |
| | มากที่สุด | 95 | 31.5 | 31.5 | 100.0 |
| | Total | | 302 | 100.0 | 100.0 |

ทานเหลือไม่ปรับ ไม่จำกัดเวลา

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อยมากที่สุด | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | น้อย | 4 | 1.3 | 1.3 | 1.7 |
| | ปานกลาง | 27 | 8.9 | 8.9 | 10.6 |
| | มาก | 170 | 56.3 | 56.3 | 66.9 |
| | มากที่สุด | 100 | 33.1 | 33.1 | 100.0 |
| Total | | 302 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพวัดดูดิเกินราคา บวกนารีฟิล

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | ปานกลาง | 24 | 7.9 | 7.9 | 8.3 |
| | มาก | 179 | 59.3 | 59.3 | 67.5 |
| | มากที่สุด | 98 | 32.5 | 32.5 | 100.0 |
| Total | | 302 | 100.0 | 100.0 | |

ทางร้านเข้าร่วมโครงการ เช่นคนละครึ่ง

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | น้อย | 1 | .3 | .3 | .3 |
| | ปานกลาง | 21 | 7.0 | 7.0 | 7.3 |
| | มาก | 181 | 59.9 | 59.9 | 67.2 |
| | มากที่สุด | 99 | 32.8 | 32.8 | 100.0 |
| Total | | 302 | 100.0 | 100.0 | |

Group Statistics

| | เพศ | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--------------------|------|-----|--------|----------------|-----------------|
| การจัดการร้านบุฟเฟ | ชาย | 145 | 4.1952 | .50013 | .04153 |
| | หญิง | 157 | 4.2300 | .58226 | .04647 |

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|--------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .797 | .136 | | 5.849 | <.001 | | |
| | ด้านบริการ | .030 | .084 | .031 | .357 | .721 | .133 | 7.537 |
| | ด้านการจัดการร้าน | -.188 | .101 | -.201 | -1.857 | .064 | .086 | 11.569 |
| | ด้านเมนูอาหาร | .142 | .092 | .163 | 1.544 | .124 | .091 | 11.042 |
| | ด้านบริการจัดการร้าน | .838 | .234 | .835 | 3.579 | <.001 | .019 | 53.641 |

a. Dependent Variable: การจัดการร้านบุฟเฟ

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|---------|--------------------|
| 1 | Regression | 62.179 | 4 | 15.545 | 172.146 | <.001 ^b |
| | Residual | 26.819 | 297 | .090 | | |
| | Total | 88.998 | 301 | | | |

a. Dependent Variable: การจัดการร้านบุฟเฟ

b. Predictors: (Constant), ด้านเมนูอาหาร, ด้านบริการ, ด้านการจัดการร้าน, ด้านพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|--------------|--------|-------|-------------------------|--------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .743 | .107 | | 6.971 | <.001 | | |
| | ด้านรูปลักษณ์ | -.294 | .066 | -.369 | -4.446 | <.001 | .101 | 9.876 |
| | ตอบสนองลูกค้า | -.240 | .081 | -.274 | -2.957 | .003 | .081 | 12.292 |
| | น่าเชื่อถือ | -.223 | .100 | -.237 | -2.217 | .027 | .061 | 16.316 |
| | ด้านความพึงพอใจ | 1.592 | .211 | 1.686 | 7.536 | <.001 | .014 | 71.670 |

a. Dependent Variable: การจัดการร้านบุฟเฟ

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|---------|--------------------|
| 1 | Regression | 70.530 | 4 | 17.633 | 283.563 | <.001 ^b |
| | Residual | 18.468 | 297 | .062 | | |
| | Total | 88.998 | 301 | | | |

a. Dependent Variable: การจัดการร้านบุฟเฟ

b. Predictors: (Constant), เอาใจใส่ลูกค้า, ด้านรูปลักษณ์, ตอบสนองลูกค้า, น่าเชื่อถือ

**ANOVA**

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------------|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| การจัดการร้านบุฟเฟ | Between Groups | .601 | 3 | .200 | .675 | .568 |
| | Within Groups | 88.398 | 298 | .297 | | |
| | Total | 88.998 | 301 | | | |
| ทรัพย์สินกรมเนชณย์ | Between Groups | 1.242 | 3 | .414 | 1.095 | .351 |
| | Within Groups | 112.603 | 298 | .378 | | |
| | Total | 113.844 | 301 | | | |
| เงินทุน | Between Groups | .356 | 3 | .119 | .273 | .845 |
| | Within Groups | 129.502 | 298 | .435 | | |
| | Total | 129.858 | 301 | | | |
| เครื่องมือ | Between Groups | .254 | 3 | .085 | .265 | .851 |
| | Within Groups | 95.381 | 298 | .320 | | |
| | Total | 95.635 | 301 | | | |
| วัตถุดิบ | Between Groups | .539 | 3 | .180 | .513 | .673 |
| | Within Groups | 104.269 | 298 | .350 | | |
| | Total | 104.808 | 301 | | | |
| ระบบบริหาร | Between Groups | .982 | 3 | .327 | .907 | .438 |
| | Within Groups | 107.562 | 298 | .361 | | |
| | Total | 108.544 | 301 | | | |
| ขวัญกำลังใจ | Between Groups | .920 | 3 | .307 | .985 | .400 |
| | Within Groups | 92.854 | 298 | .312 | | |
| | Total | 93.775 | 301 | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 ร้านอย่างเนย ตั้งอยู่ 182 สหกรณ์ 3 ตำบลท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร
ที่มา : เพจ Facebook อย่างเนย ชุมพร



เอกสารนี้ ภาพที่ 2 ชุดบุฟเฟ่ต์ปังอย่างสุดปัง ราคา 199 บาท ษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ เพจ Facebook อย่างเนย ชุมพร เนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 เมนูอาหารซีฟู้ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารของโรงเรียนศรีสุราษฎร์ธานีเพื่อการเรียนการสอนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : เฟซบุ๊ก อย่างเนย ชุมพร



ภาพที่ 4 บุฟเฟ่ต์ย่างเนยโคขุนกระทะร้อน
ที่มา : เพจ Facebook ย่างเนย ชุมพร



ภาพที่ 5 บรรยากาศภายในร้านย่างเนย
ที่มา : เพจ Facebook ย่างเนย ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6 บุฟเฟ่ต์เมนูอาหาร ของร้านย่างเนย

ที่มา : เพจ Facebook ย่างเนย ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

| | |
|----------------------|--|
| ชื่อ-สกุล | นางสาวศิริวรรณ อุดริ |
| วัน เดือน ปีเกิด | 07 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542 |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน | 47/2 หมู่ 9 ตำบลท่ายาง อำเภอเมือง จังหวัด ชุมพร |
| สถานที่ศึกษาปัจจุบัน | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัด ชุมพร |
| ประวัติการศึกษา | ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) |
| พ.ศ. 2560 | วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร สาขาการตลาด |
| พ.ศ. 2562 | ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร สาขาการตลาด |
| พ.ศ. 2563 | กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี(ปวส-เทียบโอน) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร คณะบริหารธุรกิจ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้