

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมาย จึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ดังนี้

สัญลักษณ์ และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

| | | |
|-----------|---------|--|
| n | หมายถึง | จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ตัวเลข | หมายถึง | ความถี่ หรือ ค่าร้อยละ |
| \bar{X} | หมายถึง | ค่าเฉลี่ย |
| SD | หมายถึง | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| t | หมายถึง | การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย |
| r | หมายถึง | การทดสอบความสัมพันธ์ |
| F | หมายถึง | การวิเคราะห์ความแปรปรวน |
| * | หมายถึง | ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\infty = 0.05$ |
| ** | หมายถึง | ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\infty = 0.01$ |

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ใช้เกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1977, p.160)

| ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|-------------|------------------------------|
| 1.00 - 1.49 | มีความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด |
| 1.50 - 2.49 | มีความคิดเห็นระดับน้อย |
| 2.50 - 3.49 | มีความคิดเห็นระดับปานกลาง |
| 3.50 - 4.49 | มีความคิดเห็นระดับมาก |
| 4.50 - 5.00 | มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด |

การวิเคราะห์ข้อมูล การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 5 การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการบริหารจัดการร้านอาหารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย | 145 | 40.96 |
| หญิง | 209 | 59.04 |
| รวม | 354 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.04 และน้อยที่สุดเพศชาย ร้อยละ 40.96

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------|------------|---------------|
| ต่ำกว่า 20 ปี | 29 | 8.19 |
| 20-30 ปี | 83 | 23.45 |
| 31-40 ปี | 117 | 33.05 |
| มากกว่า 40 ปี | 125 | 35.31 |
| รวม | 354 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีอายุ มากกว่า 40 ปี ร้อยละ 35.31 รองลงมา อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 33.05 และน้อยที่สุดอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 8.19

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|---------------|
| นักเรียน/นักศึกษา | 31 | 8.76 |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 66 | 18.64 |
| พนักงานบริษัท | 145 | 40.96 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 112 | 31.64 |
| รวม | 354 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัท ร้อยละ 40.96 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 31.64 และน้อยที่สุดนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 8.76

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------|------------|---------------|
| ต่ำกว่า10,000 บาท | 31 | 8.76 |
| 10,000-20,000 บาท | 154 | 43.50 |
| 20,001-30,000 บาท | 57 | 16.10 |
| 30,000 บาทขึ้นไป | 112 | 31.64 |
| รวม | 354 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้บริโภครส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 43.50 รองลงมา 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 31.64 และน้อยที่สุดต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 8.76

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารนายหมา

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา โดยรวมและรายด้าน

| การบริหารจัดการร้านอาหาร | \bar{X} | SD | ระดับความคิดเห็น |
|--------------------------|-------------|--------------|------------------|
| การบริหารคน | 3.74 | 0.489 | มาก |
| การบริหารเงิน | 3.75 | 0.534 | มาก |
| การบริหารวัสดุอุปกรณ์ | 3.81 | 0.584 | มาก |
| การบริหารทั่วไป | 3.79 | 0.571 | มาก |
| การบริหารตลาด | 3.84 | 0.474 | มาก |
| รวม | 3.79 | 0.419 | มาก |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74-3.84$) ทุกด้าน คือ

1. การบริหารตลาด
2. การบริหารวัสดุอุปกรณ์
3. การบริหารทั่วไป
4. การบริหารเงิน
5. การบริหารคน

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภค
ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหารคน

| การบริหารคน | \bar{X} | SD | ระดับความคิดเห็น |
|--|-------------|--------------|------------------|
| 1. พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า | 3.71 | 0.772 | มาก |
| 2. พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและดูแลเอา ใจใส่ท่านเป็นอย่างดี | 3.72 | 0.809 | มาก |
| 3. พนักงานสามารถแนะนำอาหารและ เครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี | 3.73 | 0.817 | มาก |
| 4. พนักงานแต่งกายได้เหมาะสม สุภาพ | 3.69 | 0.806 | มาก |
| 5. พนักงานมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ | 3.86 | 0.865 | มาก |
| รวม | 3.74 | 0.489 | มาก |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหารคน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69-3.86$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ
2. พนักงานสามารถแนะนำอาหารและเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี
3. พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี
4. พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า
5. พนักงานแต่งกายได้เหมาะสม สุภาพ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหารเงิน

| การบริหารเงิน | \bar{X} | SD | ระดับความคิดเห็น |
|--|-------------|--------------|------------------|
| 1. การควบคุมต้นทุนในการดำเนินงาน เช่น การตั้งราคาอาหารอย่างสมเหตุสมผลโดยพิจารณาตั้งราคาจากต้นทุนเป็นหลัก | 3.77 | 0.815 | มาก |
| 2. ความเพียงพอของเงินลงทุน | 3.79 | 0.813 | มาก |
| 3. ความคุ้มค่าของกำไรจากการขาย | 3.70 | 0.814 | มาก |
| 4. มีแหล่งวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ และราคาถูก | 3.77 | 0.856 | มาก |
| รวม | 3.75 | 0.534 | มาก |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหารเงิน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70-3.79$) ทุกรายการ คือ

1. ความเพียงพอของเงินลงทุน
2. การควบคุมต้นทุนในการดำเนินงาน เช่น การตั้งราคาอาหารอย่างสมเหตุสมผลโดยพิจารณาตั้งราคาจากต้นทุนเป็นหลัก
3. มีแหล่งวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ และราคาถูก
4. ความคุ้มค่าของกำไรจากการขาย

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภค
ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์

| การบริหารวัสดุอุปกรณ์ | \bar{X} | SD | ระดับความคิดเห็น |
|---|-------------|--------------|------------------|
| 1. โต๊ะมีบริการเพียงพอ | 3.85 | 0.828 | มาก |
| 2. ภาชนะใส่อาหารในร้านสะอาด | 3.82 | 0.842 | มาก |
| 3. การจัด ตกแต่งร้านน่านั่ง สบายตา | 3.82 | 0.837 | มาก |
| 4. วัสดุคืบที่ใช้ประกอบอาหารสด และ สะอาด | 3.80 | 0.868 | มาก |
| 5. มีวัสดุคืบเพียงพอสำหรับการขาย | 3.78 | 0.845 | มาก |
| รวม | 3.81 | 0.584 | มาก |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78-3.85$) ทุกรายการ คือ

1. โต๊ะมีบริการเพียงพอ
2. ภาชนะใส่อาหารในร้านสะอาด
3. การจัด ตกแต่งร้านน่านั่ง สบายตา
4. วัสดุคืบที่ใช้ประกอบอาหารสด และสะอาด
5. มีวัสดุคืบเพียงพอสำหรับการขาย

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายนพมา ด้านการบริหารงานทั่วไป

| การบริหารงานทั่วไป | \bar{X} | SD | ระดับความคิดเห็น |
|---|-------------|--------------|------------------|
| 1. มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน | 3.86 | 0.835 | มาก |
| 2. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี | 3.68 | 0.805 | มาก |
| 3. มีการรับผิดชอบในกรณีที่ถูกค่าเกิดความเสียหาย | 3.77 | 0.833 | มาก |
| 4. มีระบบการเงินที่ถูกต้องและแม่นยำ | 3.85 | 0.840 | มาก |
| 5. มีการพัฒนาร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ | 3.84 | 0.815 | มาก |
| รวม | 3.79 | 0.571 | มาก |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายนพมา ด้านการบริหารงานทั่วไป โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68-3.86$) ทุกรายการ คือ

1. มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน
2. มีระบบการเงินที่ถูกต้องและแม่นยำ
3. มีการพัฒนาร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ
4. มีการรับผิดชอบในกรณีที่ถูกค่าเกิดความเสียหาย
5. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อ
 ผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหาร
 การตลาด

| การบริหารการตลาด | \bar{X} | SD | ระดับความคิดเห็น |
|--|-------------|--------------|------------------|
| 1. มีการบริการที่แตกต่างจากร้านอื่นๆ | 3.85 | 0.816 | มาก |
| 2. ราคาอาหารไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับ คุณภาพ | 3.69 | 0.810 | มาก |
| 3. มีการจัดตกแต่งร้านตามเทศกาล ต่างๆ | 3.82 | 0.772 | มาก |
| 4. มีการจัดรายการส่งเสริมการขายอย่าง สม่ำเสมอ | 3.86 | 0.793 | มาก |
| 5. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับให้บริการ ลูกค้า | 3.79 | 0.784 | มาก |
| รวม | 3.84 | 0.474 | มาก |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการ
 ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ด้านการบริหารการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X}
 = 3.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.69–3.86) ทุกรายการ คือ

1. มีการจัดรายการส่งเสริมการขายอย่าง สม่ำเสมอ
2. มีการบริการที่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ
3. มีการจัดตกแต่งร้านตามเทศกาล ต่างๆ
4. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับให้บริการลูกค้า
5. ราคาอาหารไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

| การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา | \bar{X} | SD | ระดับความคิดเห็น |
|--|-------------|--------------|------------------|
| 1. อาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ | 3.84 | 0.797 | มาก |
| 2. อาหารราคาไม่แพง | 3.83 | 0.816 | มาก |
| 3. อาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ | 3.76 | 0.807 | มาก |
| 4. บริการดีเยี่ยม | 3.80 | 0.820 | มาก |
| 5. เดินทางสะดวก | 3.81 | 0.813 | มาก |
| 6. มีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ | 3.83 | 0.792 | มาก |
| รวม | 3.81 | 0.475 | มาก |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76-3.84$) ทุกรายการ คือ

1. อาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ
2. อาหารราคาไม่แพง
3. มีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ
4. เดินทางสะดวก
5. บริการดีเยี่ยม
6. อาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

| ความคิดเห็น | เพศ | n | \bar{X} | SD | t | Sig |
|--|------|-----|-----------|-------|--------|-------|
| 1. การบริหารคน | ชาย | 145 | 3.74 | 0.470 | -0.020 | 0.984 |
| | หญิง | 209 | 3.74 | 0.504 | | |
| | รวม | 354 | 3.74 | 0.489 | | |
| 2. การบริหารเงิน | ชาย | 145 | 3.81 | 0.573 | 1.422 | 0.156 |
| | หญิง | 209 | 3.72 | 0.532 | | |
| | รวม | 354 | 3.75 | 0.534 | | |
| 3. การบริหารวัสดุอุปกรณ์ | ชาย | 145 | 3.82 | 0.591 | 0.145 | 0.884 |
| | หญิง | 209 | 3.81 | 0.582 | | |
| | รวม | 354 | 3.81 | 0.584 | | |
| 4. การบริหารทั่วไป | ชาย | 145 | 3.80 | 0.573 | -0.060 | 0.952 |
| | หญิง | 209 | 3.80 | 0.571 | | |
| | รวม | 354 | 3.79 | 0.571 | | |
| 5. การบริหารตลาด | ชาย | 145 | 3.87 | 0.519 | 0.933 | 0.351 |
| | หญิง | 209 | 3.82 | 0.441 | | |
| | รวม | 354 | 3.84 | 0.474 | | |
| 6. การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนายหมา | ชาย | 145 | 3.82 | 0.473 | 0.190 | 0.849 |
| | หญิง | 209 | 3.81 | 0.478 | | |
| | รวม | 354 | 3.81 | 0.475 | | |

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ (ต่อ)

| ความคิดเห็น | เพศ | n | \bar{X} | SD | t | Sig |
|-------------|------|-----|-----------|-------|-------|-------|
| | ชาย | 145 | 3.81 | 0.422 | | |
| | หญิง | 209 | 3.79 | 0.418 | | |
| รวม | รวม | 354 | 3.80 | 0.419 | 0.535 | 0.593 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้บริโภค ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

| ความคิดเห็น | อายุ | n | \bar{X} | SD | F | Sig |
|--------------------------|---------------|------------|-------------|--------------|-------|-------|
| 1. การบริหารคน | ต่ำกว่า 20 ปี | 29 | 3.73 | 0.524 | 0.837 | 0.474 |
| | 20-30 ปี | 83 | 3.76 | 0.511 | | |
| | 31-40 ปี | 117 | 3.79 | 0.488 | | |
| | มากกว่า 40 ปี | 125 | 3.69 | 0.469 | | |
| | รวม | 354 | 3.74 | 0.490 | | |
| 2. การบริหารเงิน | ต่ำกว่า 20 ปี | 29 | 3.76 | 0.561 | 1.434 | 0.233 |
| | 20-30 ปี | 83 | 3.75 | 0.568 | | |
| | 31-40 ปี | 117 | 3.84 | 0.518 | | |
| | มากกว่า 40 ปี | 125 | 3.69 | 0.518 | | |
| | รวม | 354 | 3.76 | 0.535 | | |
| 3. การบริหารวัสดุอุปกรณ์ | ต่ำกว่า 20 ปี | 29 | 3.81 | 0.680 | 0.725 | 0.522 |
| | 20-30 ปี | 83 | 3.83 | 0.572 | | |
| | 31-40 ปี | 117 | 3.87 | 0.590 | | |
| | มากกว่า 40 ปี | 125 | 3.76 | 0.566 | | |
| | รวม | 354 | 3.82 | 0.585 | | |
| 4. การบริหารทั่วไป | ต่ำกว่า 20 ปี | 29 | 3.76 | 0.653 | 1.003 | 0.391 |
| | 20-30 ปี | 83 | 3.89 | 0.571 | | |
| | 31-40 ปี | 117 | 3.77 | 0.557 | | |
| | มากกว่า 40 ปี | 125 | 3.78 | 0.564 | | |
| | รวม | 354 | 3.80 | 0.571 | | |
| 5. การบริหารตลาด | ต่ำกว่า 20 ปี | 29 | 3.86 | 0.440 | 0.578 | 0.630 |
| | 20-30 ปี | 83 | 3.86 | 0.481 | | |
| | 31-40 ปี | 117 | 3.87 | 0.490 | | |
| | มากกว่า 40 ปี | 125 | 3.80 | 0.466 | | |
| | รวม | 354 | 3.84 | 0.474 | | |

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ (ต่อ)

| ความคิดเห็น | อายุ | n | \bar{X} | SD | F | Sig |
|---|---------------|------------|-------------|--------------|-------|-------|
| 6.การตัดสินใจเลือกใช้ บริการร้านนายหมา | ต่ำกว่า 20 ปี | 29 | 3.77 | 0.552 | 0.331 | 0.803 |
| | 20-30 ปี | 83 | 3.85 | 0.470 | | |
| | 31-40 ปี | 117 | 3.81 | 0.470 | | |
| | มากกว่า 40 ปี | 125 | 3.80 | 0.468 | | |
| | รวม | 354 | 3.81 | 0.475 | | |
| รวม | ต่ำกว่า 20 ปี | 29 | 3.78 | 0.475 | 0.759 | 0.518 |
| | 20-30 ปี | 83 | 3.82 | 0.426 | | |
| | 31-40 ปี | 117 | 3.82 | 0.417 | | |
| | มากกว่า 40 ปี | 125 | 3.75 | 0.404 | | |
| | รวม | 354 | 3.80 | 0.419 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้บริโภค ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

| ความคิดเห็น | อาชีพ | n | \bar{X} | SD | F | Sig |
|-----------------------------|-----------------------|------------|-------------|--------------|-------|--------|
| 1. การบริหารคน | นักเรียน / นักศึกษา | 31 | 3.69 | 0.296 | 0.645 | 0.586 |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 66 | 3.70 | 0.554 | | |
| | พนักงานบริษัท | 145 | 3.74 | 0.512 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 112 | 3.79 | 0.463 | | |
| | รวม | 354 | 3.74 | 0.490 | | |
| 2. การบริหารเงิน | นักเรียน / นักศึกษา | 31 | 3.87 | 0.491 | 2.745 | 0.043* |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 66 | 3.62 | 0.506 | | |
| | พนักงานบริษัท | 145 | 3.74 | 0.527 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 112 | 3.83 | 0.559 | | |
| | รวม | 354 | 3.76 | 0.535 | | |
| 3.การบริหารวัสดุ อุปกรณ์ | นักเรียน / นักศึกษา | 31 | 3.75 | 0.651 | 0.296 | 0.828 |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 66 | 3.81 | 0.566 | | |
| | พนักงานบริษัท | 145 | 3.80 | 0.585 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 112 | 3.85 | 0.582 | | |
| | รวม | 354 | 3.82 | 0.585 | | |
| 4. การบริหารทั่วไป | นักเรียน / นักศึกษา | 31 | 3.77 | 0.514 | 0.725 | 0.537 |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 66 | 3.71 | 0.509 | | |
| | พนักงานบริษัท | 145 | 3.83 | 0.593 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 112 | 3.82 | 0.593 | | |
| | รวม | 354 | 3.80 | 0.571 | | |
| 5. การบริหารตลาด | นักเรียน / นักศึกษา | 31 | 3.89 | 0.416 | 0.790 | 0.500 |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 66 | 3.78 | 0.484 | | |
| | พนักงานบริษัท | 145 | 3.82 | 0.484 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 112 | 3.88 | 0.472 | | |
| | รวม | 354 | 3.84 | 0.474 | | |

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| ความคิดเห็น | อาชีพ | n | \bar{X} | SD | F | Sig |
|--|-----------------------|------------|-------------|--------------|-------|-------|
| 6.การตัดสินใจเลือกใช้ บริการร้านอาหารนายหมา | นักเรียน / นักศึกษา | 31 | 3.78 | 0.420 | 1.647 | 0.178 |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 66 | 3.71 | 0.440 | | |
| | พนักงานบริษัท | 145 | 3.82 | 0.492 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 112 | 3.87 | 0.483 | | |
| | รวม | 354 | 3.81 | 0.475 | | |
| รวม | นักเรียน / นักศึกษา | 31 | 3.79 | 0.389 | 1.156 | 0.326 |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 66 | 3.72 | 0.420 | | |
| | พนักงานบริษัท | 145 | 3.79 | 0.424 | | |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 112 | 3.84 | 0.420 | | |
| | รวม | 354 | 3.80 | 0.419 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้บริโภค ที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการบริหารเงิน

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของ การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อ
 ผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | \bar{X} | นักเรียน / นักศึกษา | ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจส่วนตัว |
|-----------------------|-----------|------------------------|---------------------------|-------------------|---------------|
| | | 3.87 | 3.62 | 3.74 | 3.83 |
| นักเรียน / นักศึกษา | 3.87 | - | 0.254* | 0.128 | 0.041 |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 3.62 | | - | 0.126 | -0.213* |
| พนักงานบริษัท | 3.74 | | | - | -0.087 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 3.83 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ด้านการบริหารเงิน ของผู้บริโภค
 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อการบริหาร
 จัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในด้านการ
 บริหารเงิน แตกต่างกับ ผู้บริโภคที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญ
 ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือน

| ความคิดเห็น | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | n | \bar{X} | SD | F | Sig |
|-----------------------------|----------------------|------------|-------------|--------------|-------|-------|
| 1. การบริหารคน | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 31 | 3.75 | 0.505 | 0.518 | 0.670 |
| | 10,000-20,000 บาท | 154 | 3.72 | 0.484 | | |
| | 20,001-30,000 บาท | 57 | 3.71 | 0.550 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 112 | 3.79 | 0.463 | | |
| | รวม | 354 | 3.74 | 0.490 | | |
| 2. การบริหารเงิน | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 31 | 3.82 | 0.563 | 1.429 | 0.234 |
| | 10,000-20,000 บาท | 154 | 3.70 | 0.507 | | |
| | 20,001-30,000 บาท | 57 | 3.73 | 0.536 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 112 | 3.83 | 0.559 | | |
| | รวม | 354 | 3.76 | 0.535 | | |
| 3.การบริหารวัสดุ อุปกรณ์ | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 31 | 3.83 | 0.675 | 0.276 | 0.842 |
| | 10,000-20,000 บาท | 154 | 3.80 | 0.585 | | |
| | 20,001-30,000 บาท | 57 | 3.78 | 0.549 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 112 | 3.85 | 0.582 | | |
| | รวม | 354 | 3.82 | 0.585 | | |
| 4. การบริหารทั่วไป | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 31 | 3.79 | 0.650 | 0.176 | 0.913 |
| | 10,000-20,000 บาท | 154 | 3.80 | 0.544 | | |
| | 20,001-30,000 บาท | 57 | 3.76 | 0.568 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 112 | 3.82 | 0.593 | | |
| | รวม | 354 | 3.80 | 0.571 | | |
| 5. การบริหารตลาด | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 31 | 3.88 | 0.434 | 0.691 | 0.558 |
| | 10,000-20,000 บาท | 154 | 3.82 | 0.474 | | |
| | 20,001-30,000 บาท | 57 | 3.79 | 0.504 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 112 | 3.88 | 0.472 | | |
| | รวม | 354 | 3.84 | 0.474 | | |

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

| ความคิดเห็น | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | n | \bar{X} | SD | F | Sig |
|---------------------------------------|----------------------|------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 6.การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนายหมา | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 31 | 3.78 | 0.533 | | |
| | 10,000-20,000 บาท | 154 | 3.79 | 0.473 | | |
| | 20,001-30,000 บาท | 57 | 3.77 | 0.432 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 112 | 3.87 | 0.483 | | |
| | รวม | 354 | 3.81 | 0.475 | 0.844 | 0.471 |
| รวม | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 31 | 3.81 | 0.462 | | |
| | 10,000-20,000 บาท | 154 | 3.77 | 0.415 | | |
| | 20,001-30,000 บาท | 57 | 3.76 | 0.406 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 112 | 3.84 | 0.420 | | |
| | รวม | 354 | 3.80 | 0.419 | 0.794 | 0.498 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 5 การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการบริหารจัดการร้านอาหารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

ตารางที่ 4.17 การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหาร
ด้านการบริหารคนกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

| การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารนายหมา | การบริหารจัดการ ด้านการบริหารคน | | |
|--|---------------------------------|----------------|-------------------|
| | r | Sig (2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. อาหารอร่อยรสชาติถูกปากลูกค้า | 0.330** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 2. อาหารราคาไม่แพง | 0.296** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 3. อาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ | 0.631** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 4. บริการดีเยี่ยม | 0.261** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 5. เดินทางสะดวก | 0.230** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 6. มีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ | 0.289** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการร้านอาหารด้านการบริหารคนกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน พบว่า

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารคนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากลูกค้า โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.330 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารคน มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารคนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารราคาไม่แพง โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า

สถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.289 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารคน รายการมีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.18 การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหาร
ด้านการบริหารเงินกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายนพมา

| การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารนายนพมา | การบริหารจัดการ ด้านการบริหารเงิน | | |
|---|-----------------------------------|----------------|-------------------|
| | r | Sig (2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. อาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ | 0.438** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 2. อาหารราคาไม่แพง | 0.318** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 3. อาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ | 0.367** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 4. บริการดีเยี่ยม | 0.387** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 5. เดินทางสะดวก | 0.206** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 6. มีการจัดโปรโมชันสม่ำเสมอ | 0.589** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการร้านอาหาร
ด้านการบริหารเงินกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายนพมาโดยใช้สัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน พบว่า

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารเงินมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านอาหารนายนพมา รายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000
ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.438 แสดงว่ามี
ความสัมพันธ์กันปานกลาง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่
ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายนพมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการเงิน
มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายนพมาเพิ่มขึ้นปานกลาง

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารเงินมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านอาหารนายนพมา รายการอาหารราคาไม่แพง โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า
0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.318 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กัน
ค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้

โปรโมชั่นสม่ำเสมอ มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้น
ปานกลาง

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.19 การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหาร
ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

| การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารนายหมา | การบริหารจัดการ ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ | | |
|--|---|----------------|-------------------|
| | r | Sig (2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. อาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ | 0.570** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 2. อาหารราคาไม่แพง | 0.612** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 3. อาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ | 0.423** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 4. บริการดีเยี่ยม | 0.296** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 5. เดินทางสะดวก | 0.594** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 6. มีการจัดโปร โมชั่นสม่ำเสมอ | 0.353** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการร้านอาหาร
ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาโดยใช้สัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน พบว่า

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้
บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ
0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.570 แสดงว่ามี
ความสัมพันธ์กันปานกลาง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่
ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านวัสดุ
อุปกรณ์มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นปานกลาง

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้
บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารราคาไม่แพง โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง
น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.612 แสดงว่ามีความสัมพันธ์
กันค่อนข้างสูง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้

บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านวัสดุอุปกรณ์ รายการอาหารราคาไม่แพง มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นด้วย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.423 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันปานกลาง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านวัสดุอุปกรณ์ รายการอาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นปานกลาง

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการบริการดีเยี่ยม โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.296 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ รายการบริการดีเยี่ยม มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการเดินทางสะดวก โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.594 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ รายการเดินทางสะดวก มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นปานกลาง

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการมีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.353 แสดงว่ามี

ความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ รายการมีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.20 การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหาร
ด้านการบริหารทั่วไปกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

| การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารนายหมา | การบริหารจัดการ ด้านการบริหารทั่วไป | | |
|--|-------------------------------------|----------------|-------------------|
| | r | Sig (2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. อาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ | 0.393** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 2. อาหารราคาไม่แพง | 0.338** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 3. อาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ | 0.322** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 4. บริการดีเยี่ยม | 0.652** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 5. เดินทางสะดวก | 0.274** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 6. มีการจัดโปรโมชันสม่ำเสมอ | 0.329** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการบริหารทั่วไป กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน พบว่า

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.393 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารทั่วไปมากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารทั่วไปมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารราคาไม่แพง โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.338 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้

บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารทั่วไป รายการอาหารราคาไม่แพง มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารทั่วไปมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.322 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารทั่วไป รายการอาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารการบริการทั่วไปมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการบริการดีเยี่ยม โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.652 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริการทั่วไป รายการบริการดีเยี่ยม มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นด้วย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการเดินทางสะดวก โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.274 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารทั่วไป รายการเดินทางสะดวก มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการมีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.329 แสดงว่ามี

ความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารทั่วไป รายการมีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.21 การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้าน
การบริหารการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา

| การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารนายหมา | การบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาด | | |
|--|--------------------------------------|----------------|-------------------|
| | r | Sig (2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. อาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ | 0.631** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 2. อาหารราคาไม่แพง | 0.505** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 3. อาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ | 0.370** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 4. บริการดีเยี่ยม | 0.342** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 5. เดินทางสะดวก | 0.204** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |
| 6. มีการจัดโปร โมชั่นสม่ำเสมอ | 0.341** | 0.000 | มีความสัมพันธ์กัน |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.21 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการบริหารการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน พบว่า

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารอร่อยรสชาติถูกปากถูกคำ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.631 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารการตลาดมากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมาเพิ่มมากขึ้นค่อนข้างมาก

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารราคาไม่แพง โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.505 แสดงว่ามีความสัมพันธ์

กัน ปานกลาง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารการตลาด รายการอาหารราคาไม่แพง มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มากขึ้นปานกลาง

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการอาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.370 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารการตลาด รายการอาหารคุณภาพดีมีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการบริการดีเยี่ยม โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.342 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารการตลาด รายการบริการดีเยี่ยม มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการเดินทางสะดวก โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.204 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารการตลาด รายการเดินทางสะดวก มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

การบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา รายการมีการจัดโปรโมชั่นสม่ำเสมอ โดยมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ

0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.341 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้ประกอบการที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมา มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการบริหารการตลาด รายการมีการจัด โปรโมชันสม่ำเสมอ มากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารนายหมามากขึ้นเพียงเล็กน้อย

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี