

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนคน 31,850 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสุ่มแบบง่าย (simple random sampling) จากกลุ่มประชากร โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 379 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ
2. ลักษณะการเข้าใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อเซเว่น – อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 3 ข้อ
3. ระดับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านช่องทางการส่งเสริมการขาย จำนวน 19 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมจากประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนคน 31,850 คน ได้แบบสอบถามคืนมา จำนวน 379 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
4. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้ t-test และ F-test
5. เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.6 รองลงมาคือเพศหญิง ร้อยละ 46.4 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 30.6 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 28.5 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 56.5 รองลงมาคือสถานภาพสมรส ร้อยละ 43.5 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.7 รองลงมาคือจบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 27.4 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 38.3 รองลงมาคือแม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 24.8 มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 29.6 รองลงมาคือมากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 28.7 และลักษณะที่พักอาศัยคือทาวน์เฮาส์ ร้อยละ 33.2 รองลงมาคือบ้านเดี่ยว ร้อยละ 23.3

2. ผลการวิเคราะห์ลักษณะของผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคในร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ บริโภคอาหารแช่แข็งสำเร็จรูปในมื้อกลางวัน โดยราคาเฉลี่ยในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมารับประทานคือระหว่าง 31-35 บาทและ 36-40 บาทและประเภทของอาหารแช่แข็งที่ซื้อมาบริโภคคือมั๊กกะโรนีไก่ ร้อยละ 19.6 รองลงมาคือกระเพราไก่ไข่ดาวและข้าวผัดปู ร้อยละ 15.8

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ พบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) ทุกรายการคือคุณภาพของวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหารสามารถเก็บไว้ได้นานและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51-3.66$) จำนวน 3 รายการ คือ ราคาปริมาณเหมาะสม มีป้ายบอกราคาชัดเจนและการตั้งราคาที่เหมาะสม นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$ และ 3.46 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้นราคาปริมาณเหมาะสมและราคากับคุณภาพเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) จำนวน 1 รายการ คือ ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มี

สาขามากมาย นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้นสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ที่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29-3.47$) จำนวน 5 รายการ คือ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador นอกนั้นอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้นมีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ และมีการแจกเอกสารแนะนำสินค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$ และ 3.70 ตามลำดับ)

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุ พบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62-3.95$) 5 รายการคือ คุณภาพของวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ ความหลากหลายของรายการอาหาร สามารถเก็บไว้ได้นานและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) ซึ่งเมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับกลุ่มอายุ 30-39 ปี 40-49 ปีและ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นกลุ่มอายุ 30-39 ปี คุณภาพของวัตถุดิบ อยู่ในระดับปานกลางและกลุ่มอายุ 40-49 ปี คุณภาพของวัตถุดิบและความหลากหลายของรายการอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$ และ 3.40 ตามลำดับ)

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีอายุ 30-39 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50-3.74$) 3 รายการคือ ราคาปริมาณเหมาะสม มีป้ายบอกราคาชัดเจนและการตั้งราคาที่เหมาะสม นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี 40-49 ปีและ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี มีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มอายุ 40-49 ปี ราคาที่กับคุณภาพเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) 1 รายการคือ ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี 30-39 ปี และ 40-49 ปี ยกเว้นกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี 30-39 ปี และ 40-49 ปี สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21, 3.18$ และ 3.44 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีอายุ 40-49 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19-3.40$) 4 รายการคือ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social network และมี Brand Ambassador นอกนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี 30-39 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี 30-39 ปี และกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่าง ๆ และมีการแจกเอกสารแนะนำสินค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50, 3.73, 3.61, 3.63, 3.53$ และ 3.62 ตามลำดับ) และกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป มี Brand Ambassador อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$)

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพ พบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพโสด มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52-3.85$) ทุกรายการคือ คุณภาพของวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร สามารถเก็บไว้ได้นานและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับสถานภาพสมรส ยกเว้นรสชาติของอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$)

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น

โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55-3.81$) 3 รายการคือ ราคาปริมาณเหมาะสม ราคาคุณภาพเหมาะสมและการตั้งราคาที่เหมาะสม นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับสถานภาพ โสด ยกเว้นราคากับคุณภาพเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพสมรส มีพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) 1 รายการคือ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน นอกนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับสถานภาพ โสด ยกเว้นผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพสมรส มีพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29-3.46$) 5 รายการคือ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador นอกนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับสถานภาพ โสด ยกเว้นมีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่าง ๆ และมีการแจกเอกสารแนะนำสินค้าอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า พฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73-3.78$) 4 รายการคือ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติของอาหาร สามารถเก็บไว้ได้นาน และตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ยกเว้นการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คุณภาพของ

วัตถุดิบและรสชาติของอาหารอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.46 และ 3.47 ตามลำดับ) และการศึกษาในระดับปริญญาตรี รสชาติของอาหารอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.47)

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.60) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.53-3.68) ทุกรายการคือ ราคาปริมาณเหมาะสม ราคาคุณภาพเหมาะสม มีป้ายบอกราคาชัดเจนและการตั้งราคาที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้นการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ราคาปริมาณเหมาะสม ราคาคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.44, 3.36 และ 3.34) และการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ราคาคุณภาพเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.48)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.52) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.65) 1 รายการคือ ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ยกเว้นการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงานอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.24 และ 3.20 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.51) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.55-3.74) 3 รายการคือ มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่าง ๆ มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้าและมีของแถม นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ยกเว้นการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถมและมีการแนะนำสินค้าบน Social Network อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, 3.26, 3.29 และ 3.34) และปริญญาตรี มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่าง ๆ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.48, 3.31, 3.33, 3.31, 3.18 และ 3.38 ตามลำดับ)

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51-4.01$) ทุกรายการคือ คุณภาพของวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร สามารถเก็บไว้ได้นานและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับอาชีพธุรกิจส่วนตัว ยกเว้นอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหารและสามารถเก็บไว้ได้นานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41, 3.31, \text{ และ } 3.39$ ตามลำดับ) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รสชาติของอาหารและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31 \text{ และ } 3.37$ ตามลำดับ) และนักเรียน/นักศึกษา คุณภาพของวัตถุดิบและความหลากหลายของรายการอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45 \text{ และ } 3.42$ ตามลำดับ)

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67-3.79$) ทุกรายการคือ ราคาปริมาณเหมาะสม ราคาคุณภาพเหมาะสม มีป้ายบอกราคาชัดเจนและการตั้งราคาที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวและนักเรียน/นักศึกษา ยกเว้นอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ราคาปริมาณเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) พนักงานบริษัทเอกชน ราคาปริมาณเหมาะสม ราคาคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47, 3.33 \text{ และ } 3.38$ ตามลำดับ) ธุรกิจส่วนตัว ราคาคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับปานกลางและนักเรียน/นักศึกษา ราคาคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30 \text{ และ } 3.30$ ตามลำดับ)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X} = 3.51-3.52$) ทุกรายการคือ ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมายและสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน เมื่อพิจารณาตามอาชีพพบว่า มีค่าสอดคล้องกับอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวและนักเรียน/นักศึกษา ยกเว้นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวและนักเรียน/นักศึกษา สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33, 3.04, 3.35,$ และ 3.18 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ นักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54-4.03$) 5 รายการคือ มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถมและมี Brand Ambassador นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามอาชีพพบว่า มีค่าสอดคล้องกับอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวและแม่บ้าน/พ่อบ้าน ยกเว้นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถมและมีการแนะนำสินค้าบน Social Network อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33, 3.33, 3.35$ และ 2.93 ตามลำดับ) พนักงานบริษัทเอกชน มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22, 3.22, 3.28$ และ 3.24 ตามลำดับ) ธุรกิจส่วนตัว มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47, 3.32, 3.42, 3.40, 3.45,$ และ 3.45 ตามลำดับ) และแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถมและมีการแนะนำสินค้าบน Social Network อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26, 3.35, 3.48$ และ 3.37 ตามลำดับ)

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า พฤติกรรมเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) และเมื่อ

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57-3.80$) ทุกรายการคือ คุณภาพของวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร สามารถเก็บไว้ได้นานและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับ 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท ยกเว้น 10,001-20,000 บาท คุณภาพของวัตถุดิบและรสชาติของอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$ และ 3.49 ตามลำดับ) 20,001-30,000 บาท คุณภาพของวัตถุดิบและความหลากหลายของรายการอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$ และ 3.46 ตามลำดับ) และมากกว่า 30,000 บาท ความหลากหลายของรายการอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$)

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50-3.73$) ทุกรายการคือ ราคาปริมาณเหมาะสม ราคากับคุณภาพเหมาะสม มีป้ายบอกราคาชัดเจนและการตั้งราคาที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับ 10,001-20,000 บาท ยกเว้น 20,001-30,000 บาท ราคากับคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.61$) และมากกว่า 30,000 บาท ราคากับคุณภาพเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.42$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) 1 ทุกรายการคือ ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับ น้อยกว่า10,000 บาท 20,001-30,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท ยกเว้นสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21, 3.20$ และ 3.22 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23-3.48$) 5 รายการคือ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador นอกนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อ

เดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับ น้อยกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ยกเว้นน้อยกว่า 10,000 บาท มีประชาสัมพันธล์สื่อโฆษณาต่างๆ มีการแจกลินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถมและมีการแนะนำสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.46, 3.33, 3.17, 3.41 และ 3.25 ตามลำดับ) 10,001-20,000 บาท มีการแจกลินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador (\bar{X} = 3.29, 3.36, 3.40 และ 3.22 ตามลำดับ) และมากกว่า 30,000 บาท มีการแจกลินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador (\bar{X} = 3.40, 3.39, 3.22, 3.17 และ 3.36 ตามลำดับ)

4. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ อายุและสถานภาพ ที่แตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุและสถานภาพของผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่าไม่มีความแตกต่างเช่นเดียวกัน

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ

เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่าไม่มีความแตกต่างเช่นเดียวกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 เป็นรายคู่ในด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวม ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารที่จบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 รายการ คือ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติของอาหาร สามารถเก็บไว้ได้นานและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์

ด้านราคา ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ ราคากับคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ

เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 รายการ คือ มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 เป็นรายคู่ ดังนี้

ในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและแม่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในด้านผลิตภัณฑ์เรื่องคุณค่าทางโภชนาการ ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในด้านผลิตภัณฑ์เรื่องรสชาติของอาหาร ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในด้านผลิตภัณฑ์เรื่องสามารถเก็บไว้ได้นาน ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและแม่บ้าน/พ่อบ้านและผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในด้านผลิตภัณฑ์เรื่องตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและแม่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในด้านราคาโดยรวมผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในด้านราคาเรื่องราคากับคุณภาพเหมาะสม พบว่า ไม่มีรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกันเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

ในด้านราคาเรื่องมีป้ายบอกราคาชัดเจน ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน/พ่อบ้านและนักเรียน/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในการส่งเสริมการตลาดเรื่องมีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน/พ่อบ้านและนักเรียน/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในการส่งเสริมการตลาดเรื่องมีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า พบว่า ไม่มีรายคูใดที่มีความแตกต่างกันเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

ในการส่งเสริมการตลาดเรื่องมีการแนะนำสินค้าบน Social Network ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในการส่งเสริมการตลาดเรื่องมี Brand Ambassador พบว่า ไม่มีรายคูใดที่มีความแตกต่างกันเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครวมจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครวมจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภครวมที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครวมจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัด

สมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแนะนำสินค้าบน Social Network

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่าไม่มีความแตกต่างเช่นเดียวกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 เป็นรายคู่ โดยในด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องมีการแนะนำสินค้าบน Social Network ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,000 บาทแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ได้ผลการวิจัยที่สามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.6 รองลงมาก็คือเพศหญิง ร้อยละ 46.4 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 30.6 รองลงมาก็คืออายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 28.5 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 56.5 รองลงมาก็คือสถานภาพสมรส ร้อยละ 43.5 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.7 รองลงมาก็คือจบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 27.4 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 38.3 รองลงมาก็คือแม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 24.8 มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 29.6 รองลงมาก็คือมากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 28.7 ส่วนใหญ่ บริโภคอาหารแช่แข็งสำเร็จรูปในมือกลางวัน โดยราคาเฉลี่ยในการซื้ออาหาร

ตำเรีจรูปแช่แข็งมารับประทานคือระหว่าง 31-35 บาทและ 36-40 บาทและประเภทของอาหารแช่แข็งที่ซื้อมารับประทานคือมัทกะโรนีไก่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักณา เลหาวิโรจน์พจน์ (2553, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งมารับประทาน ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อและชอบรับประทานอาหารประเภทอาหารมือหลัก เช่น ข้าวแกงเจียวหวาน เกี้ยวกุ้ง ข้าวต้ม มากที่สุด พบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกรายการคือ คุณภาพของวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร สามารถเก็บไว้ได้นานและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 รายการ คือ ราคาปริมาณเหมาะสม มีป้ายบอกราคาชัดเจนและการตั้งราคาที่เหมาะสมนอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้นราคาปริมาณเหมาะสมและราคากับคุณภาพเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 รายการ คือ ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้นสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 รายการ คือ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador นอกนั้นอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามเพศ

พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้นมีประสาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ และมีการแจกเอกสารแนะนำสินค้าอยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ แม่บ้าน/พ่อบ้าน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกรายการคือคุณภาพของวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหาร สามารถเก็บไว้ได้นานและ ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักณา เลขาวิโรจน์พจน์ (2553, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ผลการศึกษาพบว่าเกณฑ์ในการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานโดยพิจารณาจากคุณภาพสินค้า ส่วนตรายี่ห้อของอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานที่รู้จักและเคยซื้อมากที่สุดคือ ยี่ห้อพรานทะเล และตรายี่ห้อที่เลือกซื้อบ่อยที่สุดคือ อีซี่โก

ส่วนในด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 รายการ คือ ราคาปริมาณเหมาะสม ราคากับคุณภาพเหมาะสม มีป้ายบอกราคาชัดเจน และการตั้งราคาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลจันทร์ สุคำภา (2556, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในพื้นที่ฝั่งธนบุรี พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้านที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคาในเรื่องราคาเหมาะสมกับปริมาณ

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 รายการ คือผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลจันทร์ สุคำภา (2556:

บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในพื้นที่ฝั่งธนบุรี พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้านที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องหาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป

และในด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 รายการ คือ มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถม มีการแนะนำสินค้าบน Social Network และมี Brand Ambassador ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นवलจันทร์ สุคำภา (2556, บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในพื้นที่ฝั่งธนบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้านที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการลดราคาและมีของแถม ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ด้านพบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ทางผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงรสชาติของอาหารให้มีรสชาติที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมถึงการเพิ่มรายการอาหารให้เหมาะสมต่อชุมชนในแต่ละท้องถิ่นด้วย
2. ด้านราคา ทางผู้ประกอบการควรปรับปรุงการตั้งราคาหรือการกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมต่อปริมาณอาหารต่อหน่วย รวมถึงการเพิ่มคุณค่าทางสารอาหารต่าง ๆ ให้เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกคุ้มค่าเมื่อได้เลือกบริโภคอาหารประเภทนี้ต่อไป
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทางผู้ประกอบการควรจัดเตรียมรายการสินค้าให้มีพร้อมจำหน่ายในทุก ๆ รายการอย่างพอเพียงต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ ที่ทันสมัยและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางผู้ประกอบการควรทำการโฆษณาสินค้าอย่างต่อเนื่องตามสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นความทรงจำของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้ประกอบการและสินค้าได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดอื่น ๆ ที่มีต่อการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ กระบวนการให้บริการและพนักงานให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาเพิ่มเติมสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการบริหารงานในด้านต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป