

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย จึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ ดังนี้

สัญลักษณ์ และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
ตัวเลข	หมายถึง	ความถี่ หรือ ค่าร้อยละ
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	หมายถึง	การวิเคราะห์ความแปรปรวน (t-test)
F	หมายถึง	การวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test)
*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

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

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.49	ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด
1.50-2.49	ให้ความสำคัญในระดับน้อย
2.50-3.49	ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง
3.50-4.49	ให้ความสำคัญในระดับมาก
4.50-5.00	ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ลักษณะของผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	203	53.6
2. หญิง	176	46.4
รวม	379	100.0
อายุ		
1. ต่ำกว่า 30 ปี	108	28.5
2. 30-39 ปี	116	30.6
3. 40-49 ปี	88	23.2
4. 50 ปีขึ้นไป	67	17.7
รวม	379	100.0
สถานภาพ		
1. โสด	214	56.5
2. สมรส	165	43.5
รวม	379	100.0
ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	104	27.4
2. ปริญญาตรี	192	50.7
3. สูงกว่าปริญญาตรี	83	21.9
รวม	379	100.0

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
1. ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12.7
2. พนักงานบริษัทเอกชน	145	38.3
3. ธุรกิจส่วนตัว	59	15.6
4. แม่บ้าน/พ่อบ้าน	94	24.8
5. นักเรียน / นักศึกษา	33	8.6
รวม	379	100.0
รายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน		
1. น้อยกว่า 10,000 บาท	78	20.6
2. 10,001-20,000 บาท	112	29.6
3. 20,001-30,000 บาท	80	21.1
4. มากกว่า 30,000 บาท	109	28.7
รวม	379	100.0
ลักษณะที่อยู่อาศัย		
1. หอพัก	79	20.8
2. คอนโดมิเนียม / แมนชั่น	86	22.7
3. ทาวน์เฮาส์	126	33.2
4. บ้านเดี่ยว	88	23.3
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 4.1 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 มีรายได้รวม

เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 29.6 รองลงมาคือมากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 28.7 และลักษณะที่พักอาศัยคือทาวน์เฮาส์ ร้อยละ 33.2 รองลงมาคือบ้านเดี่ยว ร้อยละ 23.3

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ลักษณะของผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคในร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้บริการ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การบริโภคอาหารแช่แข็งสำเร็จรูป		
1. มื้อเช้า	93	24.5
2. มื้อกลางวัน	176	46.5
3. มื้อเย็น	110	29.0
รวม	379	100.0
ราคาเฉลี่ยในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมารับประทาน		
1. 25-30 บาท	101	26.6
2. 31-35 บาท	111	29.3
3. 36-40 บาท	111	29.3
4. 41-45 บาท	56	14.8
รวม	379	100.0
ประเภทของอาหารแช่แข็งที่ซื้อมารับประทาน		
1. ข้าวหมูย่างจิ้มแจ่ว	36	9.5
2. ข้าวไข่เจียวกุ้ง	55	14.5
3. ข้าวกะเพราไก่ไข่ดาว	60	15.8
4. ข้าวผัดปู	60	15.8
5. มั๊กกะโรนีไก่	74	19.6
6. ผัดหมี่ฮ่องกง (เจ)	53	14.0
7. ข้าวหมูผัดผงกะหรี่	41	10.8

รวม	379	100.0
-----	-----	-------

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ บริโภคอาหารแช่แข็งสำเร็จรูปในมื้อกลางวัน ร้อยละ 46.5 รองลงมาคือมือเย็น ร้อยละ 29.0 โดยราคาเฉลี่ยในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมารับประทานคือระหว่าง 31-35 บาทและ 36-40 บาท ร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ 25-30 บาท ร้อยละ 26.6 และประเภทของอาหารแช่แข็งที่ซื้อมาบริโภคคือมัทกะโรนีไก่ ร้อยละ 19.6 รองลงมาคือข้าวกะเพราไก่ไข่ดาวและข้าวผัดปู ร้อยละ 15.8

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์						
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.51	0.94	3.57	0.98	3.54	0.96
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.77	0.95	3.65	0.92	3.72	0.93
3. รสชาติของอาหาร	3.51	0.91	3.55	0.92	3.53	0.92
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.53	0.95	3.63	0.95	3.57	0.95
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.91	0.97	3.78	0.99	3.85	0.98
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.69	1.10	3.66	1.15	3.68	1.12
รวม	3.65	0.44	3.64	0.44	3.65	0.44
ด้านราคา						
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.63	0.95	3.49	0.89	3.56	0.92
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.48	0.99	3.46	0.99	3.47	0.99
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.51	0.94	3.52	0.92	3.51	0.93
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.66	0.97	3.78	0.98	3.72	0.98
รวม	3.57	0.51	3.56	0.49	3.57	0.50

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย	3.72	0.95	3.64	1.00	3.68	0.98
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.29	0.82	3.22	0.79	3.25	0.80
รวม	3.50	0.65	3.43	0.66	3.47	0.66
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
13. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ	3.57	0.92	3.58	0.99	3.57	0.95
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.70	0.96	3.59	0.96	3.65	0.96
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.33	0.76	3.31	0.83	3.32	0.79
16. มีการลดราคา	3.37	0.81	3.27	0.79	3.33	0.80
17. มีของแถม	3.33	0.84	3.40	0.83	3.36	0.84
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.23	0.80	3.29	0.89	3.26	0.84
19. มี Brand Ambassador	3.40	0.90	3.47	0.90	3.43	0.90
รวม	3.42	0.33	3.42	0.31	3.42	0.32
รวมทั้งหมด	3.49	0.29	3.47	0.29	3.48	0.29

จากตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการเพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51-3.91$) ทุกรายการคือ

1. คุณภาพของวัตถุดิบ
2. คุณค่าทางโภชนาการ
3. รสชาติของอาหาร
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51-3.66$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. ราคาปริมาณเหมาะสม
2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน
3. การตั้งราคาที่เหมาะสม

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้นราคาปริมาณเหมาะสมและราคากับคุณภาพเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$ และ 3.46 ตามลำดับ)

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

1. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

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

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29-3.47$) จำนวน 5 รายการ คือ

1. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี

2. มีการลดราคา
3. มีของแถม
4. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network
5. มี Brand Ambassador

นอกนั้นอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้นมีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ และมีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.57 และ 3.70 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์										
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.74	0.96	3.49	0.99	3.35	0.85	3.56	1.00	3.54	0.96
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.74	0.91	3.65	0.90	3.84	0.96	3.65	1.00	3.72	0.93
3. รสชาติของอาหาร	3.45	0.89	3.55	0.89	3.51	0.93	3.65	0.99	3.53	0.92
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.62	1.00	3.61	0.97	3.40	0.86	3.65	0.93	3.57	0.95
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.95	0.98	3.69	0.97	3.89	0.95	3.89	1.00	3.85	0.98
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.63	1.17	3.75	1.10	3.73	1.07	3.53	1.15	3.68	1.12
รวม	3.69	0.44	3.62	0.44	3.62	0.42	3.66	0.46	3.65	0.44
ด้านราคา										
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.53	0.94	3.50	0.86	3.68	0.98	3.59	0.92	3.56	0.92
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.50	1.02	3.46	0.94	3.40	0.93	3.53	1.11	3.47	0.99
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.37	0.92	3.63	0.94	3.54	0.93	3.52	0.92	3.51	0.93
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.84	1.02	3.74	0.98	3.68	0.97	3.55	0.90	3.72	0.98
รวม	3.56	0.51	3.58	0.50	3.57	0.49	3.55	0.49	3.57	0.50

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย										
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย	3.68	0.98	3.69	0.98	3.69	0.96	3.67	1.02	3.68	0.98
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.21	0.79	3.25	0.84	3.18	0.68	3.44	0.89	3.25	0.80
รวม	3.44	0.69	3.47	0.63	3.43	0.60	3.55	0.74	3.47	0.66
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
13. มีประชาสัมพันธ์สิ่งสื่อโฆษณาต่างๆ	3.50	0.85	3.61	0.97	3.64	0.97	3.53	1.04	3.57	0.95
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.73	1.01	3.63	0.95	3.61	0.95	3.62	0.95	3.65	0.96
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.32	0.78	3.31	0.82	3.36	0.74	3.28	0.83	3.32	0.79
16. มีการลดราคา	3.22	0.66	3.26	0.80	3.51	0.84	3.38	0.93	3.33	0.80
17. มีของแถม	3.30	0.83	3.41	0.88	3.29	0.76	3.46	0.87	3.36	0.84
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.36	0.92	3.25	0.91	3.19	0.69	3.19	0.78	3.26	0.84
19. มี Brand Ambassador	3.37	0.93	3.45	0.88	3.40	0.86	3.53	0.94	3.43	0.90
รวม	3.40	0.33	3.42	0.33	3.43	0.29	3.43	0.35	3.42	0.32
รวมทั้งหมด	3.47	0.29	3.49	0.29	3.48	0.28	3.50	0.32	3.48	0.29

จากตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟ

เว้นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62-3.95$) 5 รายการคือ

1. คุณภาพของวัตถุดิบ
2. คุณค่าทางโภชนาการ
3. ความหลากหลายของรายการอาหาร
4. สามารถเก็บไว้ได้นาน
5. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับกลุ่มอายุ 30-39 ปี 40-49 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นกลุ่มอายุ 30-39 ปี คุณภาพของวัตถุดิบ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) และกลุ่มอายุ 40-49 ปี คุณภาพของวัตถุดิบและความหลากหลายของรายการอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$ และ 3.40 ตามลำดับ)

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีอายุ 30-39 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50-3.74$) 3 รายการคือ

1. ราคาปริมาณเหมาะสม
2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน
3. การตั้งราคาที่เหมาะสม

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี 40-49 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี มีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) และกลุ่มอายุ 40-49 ปี ราคากับคุณภาพเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) 1 รายการคือ

1. ผลิตภัณฑ์ทำซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี 30-39 ปี และ 40-49 ปี ยกเว้นกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี 30-39 ปี และ 40-49 ปี สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ที่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงานอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.21, 3.18 และ 3.44 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีอายุ 40-49 ปี มีพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.43) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.19-3.40) 4 รายการคือ

1. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี
2. มีของแถม
3. มีการแนะนำสินค้าบน Social network
4. มี 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)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อม
 บริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัด
 สมุทรปราการจําแนกตามสถานภาพ

รายการ	โสด		สมรส		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์						
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.52	0.97	3.55	0.95	3.54	0.96
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.71	0.94	3.73	0.93	3.72	0.93
3. รสชาติของอาหาร	3.57	0.91	3.48	0.92	3.53	0.92
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.58	0.93	3.56	0.97	3.57	0.95
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.85	0.98	3.85	0.98	3.85	0.98
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.69	1.13	3.66	1.12	3.68	1.12
รวม	3.65	0.44	3.64	0.44	3.65	0.44
ด้านราคา						
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.57	0.93	3.55	0.91	3.56	0.92
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.41	1.00	3.55	0.98	3.47	0.99
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.53	0.92	3.49	0.94	3.51	0.93
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.65	0.98	3.81	0.97	3.72	0.98
รวม	3.54	0.51	3.60	0.49	3.57	0.50
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น- อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย	3.66	0.98	3.71	0.98	3.68	0.98
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือ สำนักงาน	3.27	0.78	3.24	0.83	3.25	0.80
รวม	3.46	0.67	3.47	0.64	3.47	0.66

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
13. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ	3.55	0.93	3.60	0.97	3.57	0.95
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.65	0.97	3.68	0.95	3.65	0.96
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.33	0.76	3.30	0.83	3.32	0.79
16. มีการลดราคา	3.34	0.84	3.31	0.76	3.33	0.80
17. มีของแถม	3.34	0.83	3.38	0.85	3.36	0.84
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.23	0.81	3.29	0.88	3.26	0.84
19. มี Brand Ambassador	3.41	0.90	3.46	0.90	3.43	0.90
รวม	3.40	0.33	3.3	0.31	3.42	0.32
รวมทั้งหมด	3.47	0.29	3.50	0.27	3.48	0.29

จากตารางที่ 4.5 พฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพโสด มีพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52-3.85$) ทุกรายการคือ

1. คุณภาพของวัตถุดิบ
2. คุณค่าทางโภชนาการ
3. รสชาติของอาหาร
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับสถานภาพสมรส ยกเว้นรสชาติของอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$)

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55-3.81$) 3 รายการคือ

1. ราคาปริมาณเหมาะสม
 2. ราคาคุณภาพเหมาะสม
 3. การตั้งราคาที่เหมาะสม
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับสถานภาพโสด ยกเว้นราคากับคุณภาพเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) 1 รายการคือ

1. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน
- นอกนั้นอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับสถานภาพโสด ยกเว้นผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29-3.46$) 5 รายการคือ

1. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี
 2. มีการลดราคา
 3. มีของแถม
 4. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network
 5. มี Brand Ambassador
- นอกนั้นอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับสถานภาพโสด ยกเว้นมี
 ประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่าง ๆ และมีการแจกเอกสารแนะนำสินค้าอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.55
 และ 3.65 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อม
 บริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัด
 สมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์								
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.46	0.93	3.60	0.98	3.49	0.94	3.54	0.96
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.84	0.93	3.63	0.91	3.77	1.00	3.72	0.93
3. รสชาติของอาหาร	3.47	0.83	3.47	0.91	3.73	1.01	3.53	0.92
4. ความหลากหลายของรายการ อาหาร	3.55	0.95	3.63	0.99	3.48	0.83	3.57	0.95
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.87	0.97	3.87	0.99	3.77	0.97	3.85	0.98
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.68	1.12	3.63	1.09	3.78	1.20	3.68	1.12
รวม	3.64	0.36	3.64	0.45	3.67	0.49	3.65	0.44
ด้านราคา								
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.44	0.87	3.61	0.95	3.62	0.92	3.56	0.92
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.36	0.92	3.53	1.01	3.48	1.04	3.47	0.99
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.34	0.83	3.60	0.98	3.53	0.92	3.51	0.93
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.75	1.01	3.68	0.95	3.77	1.00	3.72	0.98
รวม	3.47	0.43	3.60	0.51	3.60	0.54	3.57	0.50
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตาม ร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่ มีสาขามากมาย	3.60	0.98	3.75	0.97	3.65	1.00	3.68	0.98
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่ อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.24	0.81	3.20	0.77	3.39	0.85	3.25	0.80
รวม	3.42	0.66	3.47	0.65	3.52	0.68	3.47	0.66

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
13. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อ โฆษณาต่างๆ	3.60	0.97	3.48	0.90	3.74	1.02	3.57	0.95
14. มีการแจกเอกสารแนะนำ สินค้า	3.75	0.98	3.58	0.94	3.71	0.99	3.65	0.96
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.28	0.77	3.31	0.78	3.37	0.85	3.32	0.79
16. มีการลดราคา	3.26	0.75	3.33	0.81	3.40	0.85	3.33	0.80
17. มีของแถม	3.29	0.72	3.31	0.85	3.55	0.92	3.36	0.84
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.34	0.97	3.18	0.73	3.32	0.91	3.26	0.84
19. มี Brand Ambassador	3.51	0.96	3.38	0.88	3.45	0.85	3.43	0.90
รวม	3.43	0.32	3.37	0.29	3.51	0.37	3.42	0.32
รวมทั้งหมด	3.46	0.26	3.47	0.27	3.54	0.33	3.48	0.29

จากตารางที่ 4.6 พฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73-3.78$) 4 รายการคือ

1. คุณค่าทางโภชนาการ
2. รสชาติของอาหาร
3. สามารถเก็บไว้ได้นาน
4. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ยกเว้นการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คุณภาพของวัตถุดิบและรสชาติของอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$ และ 3.47 ตามลำดับ) และการศึกษาในระดับปริญญาตรี รสชาติของอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$)

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53-3.68$) ทุกรายการคือ

1. ราคาปริมาณเหมาะสม
2. ราคากับคุณภาพเหมาะสม
3. มีป้ายบอกราคาชัดเจน
4. การตั้งราคาที่เหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้นการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ราคาปริมาณเหมาะสม ราคากับคุณภาพเหมาะสม และมีป้ายบอกราคาชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44, 3.36$ และ 3.34 ตามลำดับ) และการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ราคาคุณภาพเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) 1 รายการคือ

1. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ยกเว้นการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$ และ 3.20 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55-3.74$) 3 รายการคือ

1. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่าง ๆ

2. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า

3. มีของแถม

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ยกเว้นการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถมและมีการแนะนำสินค้าบน Social Network อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.28, 3.26, 3.29 และ 3.34 ตามลำดับ) 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)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามอาชีพ

รายการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		นักเรียน/ นักศึกษา		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์												
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.56	1.07	3.55	0.96	3.59	0.94	3.51	0.90	3.45	1.03	3.54	0.96
2. คุณค่าทางโภชนาการ	4.14	0.94	3.53	0.89	3.64	0.92	3.84	0.90	3.72	1.03	3.72	0.93
3. รสชาติของอาหาร	3.41	0.94	3.31	0.79	3.71	0.96	3.70	0.94	3.84	1.09	3.53	0.92
4. ความหลากหลายของ รายการอาหาร	3.31	0.77	3.56	0.95	3.61	1.00	3.76	1.00	3.42	0.83	3.57	0.95
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.39	0.91	3.68	0.96	4.27	0.90	4.01	0.94	4.03	1.04	3.85	0.98
6. คราสินค้าของผลิตภัณฑ์	4.16	1.15	3.37	1.07	3.64	1.18	3.85	1.05	3.87	1.08	3.68	1.12
รวม	3.66	0.37	3.50	0.43	3.74	0.43	3.78	0.43	3.72	0.44	3.65	0.44
ด้านราคา												
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.39	0.89	3.47	0.85	3.59	0.96	3.68	0.94	3.87	1.11	3.56	0.92
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.62	1.10	3.33	0.90	3.37	0.96	3.73	1.08	3.30	0.84	3.47	0.99
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.93	0.99	3.38	0.86	3.38	0.87	3.67	1.02	3.30	0.76	3.51	0.93
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.56	0.96	3.67	0.94	3.86	1.00	3.79	1.01	3.69	1.07	3.72	0.98
รวม	3.63	0.55	3.46	0.43	3.55	0.49	3.72	0.56	3.54	0.45	3.57	0.50

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		นักเรียน/ นักศึกษา		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย												
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย	3.54	0.94	3.86	0.98	3.59	0.96	3.52	0.98	3.75	0.96	3.68	0.98
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.33	0.93	3.04	0.58	3.35	0.86	3.51	0.94	3.18	0.72	3.25	0.80
รวม	3.43	0.71	3.45	0.55	3.47	0.76	3.51	0.72	3.46	0.67	3.47	0.66
ด้านการส่งเสริมการตลาด												
13. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ	3.70	1.00	3.25	0.75	3.74	1.01	3.74	0.98	4.03	1.10	3.57	0.95
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	4.00	1.07	3.57	0.92	3.47	0.95	3.79	0.97	3.42	0.83	3.65	0.96
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.33	0.97	3.28	0.71	3.32	0.81	3.26	0.72	3.60	0.96	3.32	0.79
16. มีการลดราคา	3.33	0.78	3.22	0.69	3.42	0.91	3.35	0.79	3.60	1.05	3.33	0.80
17. มีของแถม	3.35	0.91	3.22	0.73	3.40	0.81	3.48	0.92	3.54	0.93	3.36	0.84
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	2.93	0.31	3.28	0.85	3.45	0.95	3.37	0.97	2.96	0.52	3.26	0.84
19. มี Brand Ambassador	3.64	0.99	3.24	0.76	3.45	0.95	3.55	0.93	3.60	1.02	3.43	0.90
รวม	3.47	0.31	3.29	0.29	3.46	0.32	3.51	0.34	3.54	0.27	3.42	0.32
รวมทั้งหมด	3.52	0.30	3.38	0.25	3.51	0.31	3.58	0.28	3.54	0.25	3.48	0.29

จากตารางที่ 4.7 พฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-

อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51-4.01$) ทุกรายการคือ

1. คุณภาพของวัตถุดิบ
2. คุณค่าทางโภชนาการ
3. รสชาติของอาหาร
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับอาชีพธุรกิจส่วนตัว ยกเว้นอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รสชาติของอาหาร ความหลากหลายของรายการอาหารและสามารถเก็บไว้ได้นานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41, 3.31$ และ 3.39 ตามลำดับ) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รสชาติของอาหารและราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$ และ 3.37 ตามลำดับ) และนักเรียน/นักศึกษา คุณภาพของวัตถุดิบและความหลากหลายของรายการอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$ และ 3.42 ตามลำดับ)

ด้านราคา ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67-3.79$) ทุกรายการคือ

1. ราคาปริมาณเหมาะสม
2. ราคากับคุณภาพเหมาะสม
3. มีป้ายบอกราคาชัดเจน
4. การตั้งราคาที่เหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวและนักเรียน/นักศึกษา ยกเว้นอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ราคาปริมาณเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) พนักงานบริษัทเอกชน ราคาปริมาณเหมาะสม ราคากับคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47, 3.33$ และ 3.38 ตามลำดับ) ธุรกิจส่วนตัว ราคากับคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$ และ 3.38 ตามลำดับ) และนักเรียน/นักศึกษา ราคากับคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$ และ 3.30 ตามลำดับ)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51-3.52$) ทุกรายการคือ

1. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย
2. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า 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 มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54-4.03$) 5 รายการคือ

1. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ
2. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี
3. มีการลดราคา
4. มีของแถม
5. มี Brand Ambassador

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า 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 ($\bar{X} = 3.25, 3.28, 3.22, 3.22, 3.28$ 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 มีการแจกสินค้าทดลอง

ชิมฟรี มีการลดราคา มีของแถมและมีการแนะนำสินค้าบน Social Network อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.26, 3.35, 3.48 และ 3.37 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจําแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

รายการ	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001 -20,000 บาท		20,001 -30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์										
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.65	0.95	3.44	0.99	3.46	0.89	3.62	0.97	3.54	0.96
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.76	0.97	3.64	0.93	3.85	0.94	3.67	0.91	3.72	0.93
3. รสชาติของอาหาร	3.57	0.89	3.49	0.92	3.51	0.96	3.55	0.91	3.53	0.92
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.73	0.96	3.66	0.99	3.46	0.92	3.45	0.89	3.57	0.95
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.80	1.00	3.81	0.98	3.91	1.00	3.88	0.95	3.85	0.98
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.70	0.99	3.61	1.14	3.51	1.28	3.85	1.07	3.68	1.12
รวม	3.70	0.43	3.61	0.47	3.61	0.43	3.67	0.41	3.65	0.44
ด้านราคา										
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.50	0.90	3.50	0.91	3.65	0.91	3.62	0.96	3.56	0.92
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.61	0.91	3.53	0.99	3.32	1.09	3.42	0.96	3.47	0.99
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.61	0.88	3.51	0.95	3.33	0.92	3.58	0.94	3.51	0.93
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.73	1.07	3.75	0.98	3.58	0.92	3.78	0.96	3.72	0.98
รวม	3.61	0.51	3.57	0.48	3.47	0.50	3.60	0.50	3.57	0.50

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการจําแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001 -20,000 บาท		20,001 -30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย									
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย	3.58	0.97	3.71	1.02	3.83	0.99	3.62	0.93	3.68	0.98
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.21	0.75	3.35	0.85	3.20	0.75	3.22	0.82	3.25	0.80
รวม	3.40	0.58	3.53	0.73	3.51	0.66	3.42	0.63	3.47	0.66
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
13. มีประชาสัมพันธ์สิ่งของโฆษณาต่างๆ	3.46	0.89	3.61	0.96	3.66	0.98	3.55	0.97	3.57	0.95
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.65	0.99	3.56	0.94	3.65	0.96	3.76	0.97	3.65	0.96
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.33	0.81	3.29	0.75	3.23	0.76	3.40	0.84	3.32	0.79
16. มีการลดราคา	3.17	0.76	3.36	0.80	3.35	0.78	3.39	0.85	3.33	0.80
17. มีของแถม	3.41	0.88	3.40	0.88	3.45	0.88	3.22	0.71	3.36	0.84
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.25	0.82	3.22	0.88	3.48	0.95	3.17	0.70	3.26	0.84
19. มี Brand Ambassador	3.60	0.93	3.46	0.92	3.32	0.88	3.36	0.86	3.43	0.90
รวม	3.41	0.32	3.41	0.34	3.45	0.31	3.40	0.21	3.42	0.32
รวมทั้งหมด	3.48	0.25	3.49	0.29	3.48	0.30	3.48	0.29	3.48	0.29

จากตารางที่ 4.8 พฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหาร

พร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57-3.80$) ทุกรายการคือ

1. คุณภาพของวัตถุดิบ
2. คุณค่าทางโภชนาการ
3. รสชาติของอาหาร
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์

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 มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50-3.73$) ทุกรายการคือ

1. ราคาปริมาณเหมาะสม
2. ราคากับคุณภาพเหมาะสม
3. มีป้ายบอกราคาชัดเจน
4. การตั้งราคาที่เหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับ 10,001-20,000 บาท ยกเว้น 20,001-30,000 บาท ราคากับคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$ และ 3.33 ตามลำดับ) และมากกว่า 30,000 บาท ราคากับคุณภาพเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.42$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) 1 ทุกรายการคือ

1. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย
นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับ น้อยกว่า 10,000 บาท 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ยกเว้นสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21, 3.20$ และ 3.22 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23-3.48$) 5 รายการคือ

1. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี
2. มีการลดราคา
3. มีของแถม
4. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network
5. มี Brand Ambassador

นอกนั้นอยู่ในระดับมาก

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

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		รวม		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์							
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.51	0.94	3.57	0.98	3.54	0.96	-0.57
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.77	0.95	3.65	0.92	3.72	0.93	1.23
3. รสชาติของอาหาร	3.51	0.91	3.55	0.92	3.53	0.92	-0.46
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.53	0.95	3.63	0.95	3.57	0.95	-1.00
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.91	0.97	3.78	0.99	3.85	0.98	1.25
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.69	1.10	3.66	1.15	3.68	1.12	0.25
รวม	3.65	0.44	3.64	0.44	3.65	0.44	0.28
ด้านราคา							
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.63	0.95	3.49	0.89	3.56	0.92	1.48
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.48	0.99	3.46	0.99	3.47	0.99	0.16
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.51	0.94	3.52	0.92	3.51	0.93	-0.05
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.66	0.97	3.78	0.98	3.72	0.98	-1.23
รวม	3.57	0.51	3.56	0.49	3.57	0.50	0.13
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย	3.72	0.95	3.64	1.00	3.68	0.98	0.85
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.29	0.82	3.22	0.79	3.25	0.80	0.83
รวม	3.50	0.65	3.43	0.66	3.47	0.66	1.14

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		รวม		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
13. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ	3.57	0.92	3.58	0.99	3.57	0.95	-0.14
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.70	0.96	3.59	0.96	3.65	0.96	1.13
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.33	0.76	3.31	0.83	3.32	0.79	0.21
16. มีการลดราคา	3.37	0.81	3.27	0.79	3.33	0.80	1.21
17. มีของแถม	3.33	0.84	3.40	0.83	3.36	0.84	-0.84
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.23	0.80	3.29	0.89	3.26	0.84	-0.72
19. มี Brand Ambassador	3.40	0.90	3.47	0.90	3.43	0.90	-0.72
รวม	3.42	0.33	3.42	0.31	3.42	0.32	0.05
รวมทั้งหมด	3.49	0.29	3.47	0.29	3.48	0.29	0.58

* $P \geq 0.05$ $df = \infty$ $t = \pm 1.960$

** $P \geq 0.01$ $df = \infty$ $t = \pm 2.576$

จากตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคร้านอาหารจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศที่แตกต่าง พบว่า เพศของผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่าไม่มีความแตกต่างเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์											
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.74	0.96	3.49	0.99	3.35	0.85	3.56	1.00	3.54	0.96	2.83*
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.74	0.91	3.65	0.90	3.84	0.96	3.65	1.00	3.72	0.93	0.78
3. รสชาติของอาหาร	3.45	0.89	3.55	0.89	3.51	0.93	3.65	0.99	3.53	0.92	0.70
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.62	1.00	3.61	0.97	3.40	0.86	3.65	0.93	3.57	0.95	1.23
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.95	0.98	3.69	0.97	3.89	0.95	3.89	1.00	3.85	0.98	1.44
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.63	1.17	3.75	1.10	3.73	1.07	3.53	1.15	3.68	1.12	0.67
รวม	3.69	0.44	3.62	0.44	3.62	0.42	3.66	0.46	3.65	0.44	0.54
ด้านราคา											
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.53	0.94	3.50	0.86	3.68	0.98	3.59	0.92	3.56	0.92	0.71
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.50	1.02	3.46	0.94	3.40	0.93	3.53	1.11	3.47	0.99	0.24
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.37	0.92	3.63	0.94	3.54	0.93	3.52	0.92	3.51	0.93	1.56
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.84	1.02	3.74	0.98	3.68	0.97	3.55	0.90	3.72	0.98	1.27
รวม	3.56	0.51	3.58	0.50	3.57	0.49	3.55	0.49	3.57	0.50	0.08

* $P \geq 0.05$

$df_1 = 3$

$df = \infty$

$F = \pm 2.60$

** $P \geq 0.01$

$df_1 = 3$

$df = \infty$

$F = \pm 3.78$

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย											
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย	3.68	0.98	3.69	0.98	3.69	0.96	3.67	1.02	3.68	0.98	0.01
12. สถานที่จัดจำหน่าย อยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.21	0.79	3.25	0.84	3.18	0.68	3.44	0.89	3.25	0.80	1.61
รวม	3.44	0.69	3.47	0.63	3.43	0.60	3.55	0.74	3.47	0.66	0.51
ด้านการส่งเสริมการตลาด											
13. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ	3.50	0.85	3.61	0.97	3.64	0.97	3.53	1.04	3.57	0.95	0.43
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.73	1.01	3.63	0.95	3.61	0.95	3.62	0.95	3.65	0.96	0.30
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.32	0.78	3.31	0.82	3.36	0.74	3.28	0.83	3.32	0.79	0.14
16. มีการลดราคา	3.22	0.66	3.26	0.80	3.51	0.84	3.38	0.93	3.33	0.80	2.50
17. มีของแถม	3.30	0.83	3.41	0.88	3.29	0.76	3.46	0.87	3.36	0.84	0.80
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.36	0.92	3.25	0.91	3.19	0.69	3.19	0.78	3.26	0.84	0.83
19. มี Brand Ambassador	3.37	0.93	3.45	0.88	3.40	0.86	3.53	0.94	3.43	0.90	0.51
รวม	3.40	0.33	3.42	0.33	3.43	0.29	3.43	0.35	3.42	0.32	0.17
รวมทั้งหมด	3.47	0.29	3.49	0.29	3.48	0.28	3.50	0.32	3.48	0.29	0.14

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนน พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน พบว่า อายุของผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคต่างก็มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ

เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวม ไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่าไม่มีความแตกต่างเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพ

รายการ	โสด		สมรส		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์							
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.52	0.97	3.55	0.95	3.54	0.96	-0.24
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.71	0.94	3.73	0.93	3.72	0.93	-0.29
3. รสชาติของอาหาร	3.57	0.91	3.48	0.92	3.53	0.92	0.89
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.58	0.93	3.56	0.97	3.57	0.95	0.25
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.85	0.98	3.85	0.98	3.85	0.98	-0.04
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.69	1.13	3.66	1.12	3.68	1.12	0.21
รวม	3.65	0.44	3.64	0.44	3.65	0.44	0.28
ด้านราคา							
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.57	0.93	3.55	0.91	3.56	0.92	0.22
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.41	1.00	3.55	0.98	3.47	0.99	-1.31
9. มีป้ายบอกราคาสชัดเจน	3.53	0.92	3.49	0.94	3.51	0.93	0.41
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.65	0.98	3.81	0.97	3.72	0.98	-1.55
รวม	3.54	0.51	3.60	0.49	3.57	0.50	-1.11
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย	3.66	0.98	3.71	0.98	3.68	0.98	-0.46
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.27	0.78	3.24	0.83	3.25	0.80	0.34
รวม	3.46	0.67	3.47	0.64	3.47	0.66	-0.13

* $P \geq 0.05$

$df_1 = 1$

$df = \infty$

$F = \pm 3.84$

** $P \geq 0.01$

$df_1 = 1$

$df = \infty$

$F = \pm 6.63$

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
13. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ	3.55	0.93	3.60	0.97	3.57	0.95	-0.50
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.65	0.97	3.68	0.95	3.65	0.96	-0.49
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.33	0.76	3.30	0.83	3.32	0.79	0.40
16. มีการลดราคา	3.34	0.84	3.31	0.76	3.33	0.80	0.36
17. มีของแถม	3.34	0.83	3.38	0.85	3.36	0.84	-0.48
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.23	0.81	3.29	0.88	3.26	0.84	-0.72
19. มี Brand Ambassador	3.41	0.90	3.46	0.90	3.43	0.90	-0.59
รวม	3.40	0.33	3.3	0.31	3.42	0.32	-0.82
รวมทั้งหมด	3.47	0.29	3.50	0.27	3.48	0.29	-1.03

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 1$ $df = \infty$ $F = \pm 3.84$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 1$ $df = \infty$ $F = \pm 6.63$

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนน พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน พบว่า สถานภาพของผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่าไม่มีความแตกต่างเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญตรี		ปริญญตรี		สูงกว่า ปริญญตรี		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์									
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.46	0.93	3.60	0.98	3.49	0.94	3.54	0.96	0.93
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.84	0.93	3.63	0.91	3.77	1.00	3.72	0.93	1.84
3. รสชาติของอาหาร	3.47	0.83	3.47	0.91	3.73	1.01	3.53	0.92	2.58
4. ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.55	0.95	3.63	0.99	3.48	0.83	3.57	0.95	0.73
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.87	0.97	3.87	0.99	3.77	0.97	3.85	0.98	0.36
6. ราคินค้าของผลิตภัณฑ์	3.68	1.12	3.63	1.09	3.78	1.20	3.68	1.12	0.49
รวม	3.64	0.36	3.64	0.45	3.67	0.49	3.65	0.44	0.12
ด้านราคา									
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.44	0.87	3.61	0.95	3.62	0.92	3.56	0.92	1.36
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.36	0.92	3.53	1.01	3.48	1.04	3.47	0.99	0.93
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.34	0.83	3.60	0.98	3.53	0.92	3.51	0.93	2.70
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.75	1.01	3.68	0.95	3.77	1.00	3.72	0.98	0.33
รวม	3.47	0.43	3.60	0.51	3.60	0.54	3.57	0.50	2.51
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย									
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่มีสาขามากมาย	3.60	0.98	3.75	0.97	3.65	1.00	3.68	0.98	0.80
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.24	0.81	3.20	0.77	3.39	0.85	3.25	0.80	1.63
รวม	3.42	0.66	3.47	0.65	3.52	0.68	3.47	0.66	0.55

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการส่งเสริมการตลาด									
13. มีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ	3.60	0.97	3.48	0.90	3.74	1.02	3.57	0.95	2.18
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.75	0.98	3.58	0.94	3.71	0.99	3.65	0.96	1.16
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.28	0.77	3.31	0.78	3.37	0.85	3.32	0.79	0.26
16. มีการลดราคา	3.26	0.75	3.33	0.81	3.40	0.85	3.33	0.80	0.69
17. มีของแถม	3.29	0.72	3.31	0.85	3.55	0.92	3.36	0.84	2.75
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.34	0.97	3.18	0.73	3.32	0.91	3.26	0.84	1.49
19. มี Brand Ambassador	3.51	0.96	3.38	0.88	3.45	0.85	3.43	0.90	0.82
รวม	3.43	0.32	3.37	0.29	3.51	0.37	3.42	0.32	5.50**
รวมทั้งหมด	3.46	0.26	3.47	0.27	3.54	0.33	3.48	0.29	2.49

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 2$ $df = \infty$ $F = \pm 3.00$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 2$ $df = \infty$ $F = \pm 4.61$

จากตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนน พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านช่องทางการส่งเสริมการขาย ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่าไม่มีความแตกต่างเช่นเดียวกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 เป็นรายชื่อ ดังนี้

1. ในด้านช่องทางการส่งเสริมการขายโดยรวม ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่จบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ

รายการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		นักเรียน/ นักศึกษา		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์													
1. คุณภาพของ วัตถุดิบ	3.56	1.07	3.55	0.96	3.59	0.94	3.51	0.90	3.45	1.03	3.54	0.96	0.15
2. คุณค่าทาง โภชนาการ	4.14	0.94	3.53	0.89	3.64	0.92	3.84	0.90	3.72	1.03	3.72	0.93	4.46**
3. รสชาติของอาหาร	3.41	0.94	3.31	0.79	3.71	0.96	3.70	0.94	3.84	1.09	3.53	0.92	4.67**
4. ความหลากหลาย ของรายการอาหาร	3.31	0.77	3.56	0.95	3.61	1.00	3.76	1.00	3.42	0.83	3.57	0.95	2.11
5. สามารถเก็บไว้ได้ นาน	3.39	0.91	3.68	0.96	4.27	0.90	4.01	0.94	4.03	1.04	3.85	0.98	7.63**
6. คราติน้ำของ ผลิตภัณฑ์	4.16	1.15	3.37	1.07	3.64	1.18	3.85	1.05	3.87	1.08	3.68	1.12	5.92**
รวม	3.66	0.37	3.50	0.43	3.74	0.43	3.78	0.43	3.72	0.44	3.65	0.44	7.19**

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 4$ $df = \infty$ $F = \pm 2.37$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 4$ $df = \infty$ $F = \pm 3.32$

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		นักเรียน/ นักศึกษา		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านราคา													
7. ราคาปริมาณ เหมาะสม	3.39	0.89	3.47	0.85	3.59	0.96	3.68	0.94	3.87	1.11	3.56	0.92	2.08
8. ราคากับคุณภาพ เหมาะสม	3.62	1.10	3.33	0.90	3.37	0.96	3.73	1.08	3.30	0.84	3.47	0.99	3.01*
9. มีป้ายบอกราคา ชัดเจน	3.93	0.99	3.38	0.86	3.38	0.87	3.67	1.02	3.30	0.76	3.51	0.93	4.64**
10. การตั้งราคา ที่เหมาะสม	3.56	0.96	3.67	0.94	3.86	1.00	3.79	1.01	3.69	1.07	3.72	0.98	0.84
รวม	3.63	0.55	3.46	0.43	3.55	0.49	3.72	0.56	3.54	0.45	3.57	0.50	3.90**
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย													
11. ผลัดกันชำระ ได้ง่ายตามร้านสะดวก ซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นที่ มีสาขามากมาย	3.54	0.94	3.86	0.98	3.59	0.96	3.52	0.98	3.75	0.96	3.68	0.98	2.38*
12. สถานที่จัด จำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่ อาศัยหรือสำนักงาน	3.33	0.93	3.04	0.58	3.35	0.86	3.51	0.94	3.18	0.72	3.25	0.80	5.37**
รวม	3.43	0.71	3.45	0.55	3.47	0.76	3.51	0.72	3.46	0.67	3.47	0.66	0.14

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 4$ $df = \infty$ $F = \pm 2.37$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 4$ $df = \infty$ $F = \pm 3.32$

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		นักเรียน/ นักศึกษา		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการส่งเสริม การตลาด													
13. มีประชาสัมพันธ์ ลงสื่อโฆษณาต่างๆ	3.70	1.00	3.25	0.75	3.74	1.01	3.74	0.98	4.03	1.10	3.57	0.95	7.93**
14. มีการแจกเอกสาร แนะนำสินค้า	4.00	1.07	3.57	0.92	3.47	0.95	3.79	0.97	3.42	0.83	3.65	0.96	3.32*
15. มีการแจกสินค้า ทดลองชิมฟรี	3.33	0.97	3.28	0.71	3.32	0.81	3.26	0.72	3.60	0.96	3.32	0.79	1.23
16. มีการลดราคา	3.33	0.78	3.22	0.69	3.42	0.91	3.35	0.79	3.60	1.05	3.33	0.80	1.86
17. มีของแถม	3.35	0.91	3.22	0.73	3.40	0.81	3.48	0.92	3.54	0.93	3.36	0.84	1.91
18. มีการแนะนำ สินค้าบน Social Network	2.93	0.31	3.28	0.85	3.45	0.95	3.37	0.97	2.96	0.52	3.26	0.84	4.08**
19. มี Brand Ambassador	3.64	0.99	3.24	0.76	3.45	0.95	3.55	0.93	3.60	1.02	3.43	0.90	3.08*
รวม	3.47	0.31	3.29	0.29	3.46	0.32	3.51	0.34	3.54	0.27	3.42	0.32	9.19**
รวมทั้งหมด	3.52	0.30	3.38	0.25	3.51	0.31	3.58	0.28	3.54	0.25	3.48	0.29	8.12**

* $P \geq 0.05$

$df_1 = 4$

$df = \infty$

$F = \pm 2.37$

** $P \geq 0.01$

$df_1 = 4$

$df = \infty$

$F = \pm 3.32$

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภครากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 รายการ คือ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติของอาหาร สามารถเก็บไว้ได้นานและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์

ด้านราคา ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ ราคากับคุณภาพเหมาะสมและมีป้ายบอกราคาชัดเจน

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

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

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

1. ในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและแม่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ในด้านผลิตภัณฑ์เรื่องคุณค่าทางโภชนาการ ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ในด้านผลิตภัณฑ์เรื่องรสชาติของอาหาร ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. ในด้านผลิตภัณฑ์เรื่องสามารถเก็บไว้ได้นาน ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและแม่บ้าน/พ่อบ้านและผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. ในด้านผลิตภัณฑ์เรื่องตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและแม่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ในด้านราคาโดยรวม ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

7. ในด้านราคาเรื่องราคาคับคุณภาพเหมาะสม พบว่า ไม่มีรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกันเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

8. ในด้านราคาเรื่องมีป้ายบอกราคาชัดเจน ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

9. ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

10. ในด้านช่องทางการส่งเสริมการขายโดยรวม ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน/พ่อบ้านและนักเรียน/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

11. ในด้านช่องทางการส่งเสริมการขายเรื่องมีประชาสัมพันธ์ลงสื่อโฆษณาต่างๆ ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน/พ่อบ้านและนักเรียน/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

12. ในด้านช่องทางการส่งเสริมการขายเรื่องมีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า พบว่า ไม่มีรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกันเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe)

13. ในด้านช่องทางการส่งเสริมการขายเรื่องมีการแนะนำสินค้าบน Social Network ผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับผู้ให้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

14. ในด้านช่องทางการส่งเสริมการขายเรื่องมี Brand Ambassador พบว่า ไม่มีรายคู่ใดที่มีความแตกต่างกันเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe)

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

รายการ	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001 -20,000 บาท		20,001 -30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์											
1. คุณภาพของวัตถุดิบ	3.65	0.95	3.44	0.99	3.46	0.89	3.62	0.97	3.54	0.96	1.16
2. คุณค่าทางโภชนาการ	3.76	0.97	3.64	0.93	3.85	0.94	3.67	0.91	3.72	0.93	0.90
3. รสชาติของอาหาร	3.57	0.89	3.49	0.92	3.51	0.96	3.55	0.91	3.53	0.92	0.17
4. ความหลากหลายของ รายการอาหาร	3.73	0.96	3.66	0.99	3.46	0.92	3.45	0.89	3.57	0.95	1.99
5. สามารถเก็บไว้ได้นาน	3.80	1.00	3.81	0.98	3.91	1.00	3.88	0.95	3.85	0.98	0.24
6. ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.70	0.99	3.61	1.14	3.51	1.28	3.85	1.07	3.68	1.12	1.58
รวม	3.70	0.43	3.61	0.47	3.61	0.43	3.67	0.41	3.65	0.44	0.95
ด้านราคา											
7. ราคาปริมาณเหมาะสม	3.50	0.90	3.50	0.91	3.65	0.91	3.62	0.96	3.56	0.92	0.63
8. ราคากับคุณภาพเหมาะสม	3.61	0.91	3.53	0.99	3.32	1.09	3.42	0.96	3.47	0.99	1.36
9. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.61	0.88	3.51	0.95	3.33	0.92	3.58	0.94	3.51	0.93	1.47
10. การตั้งราคาที่เหมาะสม	3.73	1.07	3.75	0.98	3.58	0.92	3.78	0.96	3.72	0.98	0.69
รวม	3.61	0.51	3.57	0.48	3.47	0.50	3.60	0.50	3.57	0.50	1.36
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย											
11. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่ายตาม ร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น ที่มีสาขามากมาย	3.58	0.97	3.71	1.02	3.83	0.99	3.62	0.93	3.68	0.98	1.05
12. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ ที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน	3.21	0.75	3.35	0.85	3.20	0.75	3.22	0.82	3.25	0.80	0.80
รวม	3.40	0.58	3.53	0.73	3.51	0.66	3.42	0.63	3.47	0.66	0.92

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 3$ $df = \infty$ $F = \pm 2.60$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 3$ $df = \infty$ $F = \pm 3.78$

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
	ด้านการส่งเสริมการตลาด										
13. มีประชาสัมพันธ์ถึงโฆษณาต่างๆ	3.46	0.89	3.61	0.96	3.66	0.98	3.55	0.97	3.57	0.95	0.66
14. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.65	0.99	3.56	0.94	3.65	0.96	3.76	0.97	3.65	0.96	0.78
15. มีการแจกสินค้าทดลองชิมฟรี	3.33	0.81	3.29	0.75	3.23	0.76	3.40	0.84	3.32	0.79	0.73
16. มีการลดราคา	3.17	0.76	3.36	0.80	3.35	0.78	3.39	0.85	3.33	0.80	1.22
17. มีของแถม	3.41	0.88	3.40	0.88	3.45	0.88	3.22	0.71	3.36	0.84	1.36
18. มีการแนะนำสินค้าบน Social Network	3.25	0.82	3.22	0.88	3.48	0.95	3.17	0.70	3.26	0.84	2.79*
19. มี Brand Ambassador	3.60	0.93	3.46	0.92	3.32	0.88	3.36	0.86	3.43	0.90	1.53
รวม	3.41	0.32	3.41	0.34	3.45	0.31	3.40	0.21	3.42	0.32	0.30
รวมทั้งหมด	3.48	0.25	3.49	0.29	3.48	0.30	3.48	0.29	3.48	0.29	0.06

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 3$ $df = \infty$ $F = \pm 2.60$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 3$ $df = \infty$ $F = \pm 3.78$

จากตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคะแนนพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่ต่างกันมีพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา

อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแนะนำสินค้าบน Social Network

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคจากร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น ในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่าไม่มีความแตกต่างเช่นเดียวกัน

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

1. ในด้านช่องทางการส่งเสริมการขายเรื่องมีการแนะนำสินค้าบน Social Network ผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,000 บาทแตกต่างกับผู้ใช้บริการอาหารพร้อมบริโภคที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี