

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os).....	16
3.1 มาตรฐานประมาณค่าการให้คะแนน 5 ระดับ	47
3.2 มาตรฐานประมาณค่าการให้คะแนนเฉลี่ย 5 ระดับ	48
3.3 การกระจายแบบสอบถามไปยังร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven แต่ละโซน	50
3.4 รายชื่อสาขาร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven แต่ละโซน	51
3.5 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)	53
4.1 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
4.2 จำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ.....	63
4.3 ความถี่ ของช่วงเวลาที่ยื้บอ่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
4.4 ความถี่ ของเหตุผลที่ยื้บอ่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
4.5 จำนวน ร้อยละ ของความเห็นผู้ตอบแบบสอบถามด้านการแนะนำผู้อื่นในการซื้อข้าวกล้องแช่เย็นในร้านสะดวกซื้อ	67
4.6 ภาพรวมทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม	68
4.7 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ ความเข้าใจ.....	69
4.8 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้สึกที่มีต่อข้าวกล้องแช่เย็น	70
4.9 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า	71
4.10 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความคุ้มค่าและราคาขาย	72
4.11 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานที่วางจำหน่าย.....	73
4.12 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์	74
4.13 ผลการทดสอบผู้บริโภคมตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศที่มีทัศนคติต่อข้าวกล้องแช่เย็นในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการทดสอบค่า t แบบอิสระ (t-distribution)	76
4.14 ผลการทดสอบผู้บริโภคมตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามกลุ่มอายุที่แตกต่างกันที่มีทัศนคติต่อข้าวกล้องแช่เย็นในร้านสะดวกซื้อในเขต	

	กรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	
	ทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance)	77
4.15	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้านแนวโน้มเกิดพฤติกรรมซื้อจำแนกตามกลุ่มอายุ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	78
4.16	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย คุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้าจำแนกตามกลุ่มอายุ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	79
4.17	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคุ้มค่าและราคาขาย จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	80
4.18	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้านสถานที่ว่างจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	81
4.19	ผลการทดสอบผู้บริโภคลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อข้าวกล้องแช่เย็นในร้านสะดวกซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance)	82
4.20	ผลการทดสอบผู้บริโภคลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อข้าวกล้องแช่เย็นในร้านสะดวกซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance)	83
4.21	ผลการทดสอบผู้บริโภคลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อข้าวกล้องแช่เย็นในร้านสะดวกซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance)	84
4.22	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้านแนวโน้มเกิดพฤติกรรมซื้อ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	85

4.23	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้าจำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	86
4.24	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้านความคุ้มค่าและราคาขายจำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	87
4.25	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย สถานที่วางจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	88
4.26	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การส่งเสริมการขายการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	89
4.27	ผลการทดสอบผู้บริโภคลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้ต่อ ครอบครัว(ที่อยู่ด้วยกัน)ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อข้าวกล้องแช่เย็น ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance)....	90
4.28	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้านความรู้ความเข้าใจจำแนกตามกลุ่มรายได้ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	91
4.29	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้านความรู้สึกรู้จักจำแนกตามกลุ่มรายได้ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	92
4.30	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้านแนวโน้มเกิดพฤติกรรมซื้อจำแนกตามกลุ่มรายได้ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	93
4.31	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้าจำแนกตามกลุ่มรายได้ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	94
4.32	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย	

	ด้านความคุ้มค่าและราคาขายจำแนกตามกลุ่มรายได้	
	โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	95
4.33	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย	
	ด้านสถานที่วางจำหน่ายจำแนกตามกลุ่มรายได้	
	โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	96
4.34	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย	
	ด้านการส่งเสริมการขายการประชาสัมพันธ์จำแนกตามกลุ่มรายได้	
	โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	97
4.35	ผลการทดสอบผู้บริโภคลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่	
	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อข้าวกล้องแช่เย็นในร้าน	
	สะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันโดยการวิเคราะห์ความ	
	แปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance)	98
4.36	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย	
	ด้านแนวโน้มเกิดพฤติกรรมซื้อจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย	
	โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	99
4.37	การเปรียบเทียบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย	
	ด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้าจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย	
	โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	100