

ข้อเสนอแนะบทความ

เรื่อง "การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในร้านสะดวกซื้อ 7-11 นิสิตคณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ และนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา"

บทนำ (Introduction)

- ไม่ได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างเชิงบริบท เช่น สภาพเศรษฐกิจของนักศึกษา พื้นที่ตั้งสาขา 7-11 ที่อาจมีความแตกต่างกันในเชิงกายภาพ หรือวัฒนธรรมการบริโภคที่อาจต่างกันระหว่างนิสิต ม.ทักษิณ และนักศึกษา มรภ.สงขลา ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการวิจัยเชิงเปรียบเทียบ

- ขาดการอ้างอิงข้อมูลสถิติหรือผลการวิจัยในอดีตที่ชี้ให้เห็นว่า "ปัจจุบันพฤติกรรมการซื้ออาหารของนักศึกษาเปลี่ยนไปอย่างไร" หรือ "มีปัญหา/ประเด็นใดที่น่ากังวล" (เช่น ปัญหาด้านโภชนาการ หรือการใช้จ่ายที่สูงเกินจำเป็น) เพื่อสร้างความหนักแน่นว่าทำไมการศึกษาเรื่องนี้จึงมีความเร่งด่วน

- ขาดการกล่าวถึงปัญหาด้าน 7's ว่าปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาในบริบทของ 7-11 อย่างไร

- ผู้วิจัยระบุช่วงเวลาเก็บข้อมูล 08.00-17.00 น. โดยให้เหตุผลว่าสอดคล้องกับตารางเรียน ร้าน 7-11 ให้บริการ 24 ชั่วโมง การตัดช่วงเวลาหลัง 17.00 น. ออกไป ซึ่งมักเป็นช่วงเวลาหลักที่นักศึกษาทำกิจกรรมหรือซื้ออาหารเย็น/มื้อดึก อาจทำให้ผลการวิจัยไม่สามารถสะท้อน "พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร" ที่แท้จริงและครอบคลุมได้ทั้งหมด

วัตถุประสงค์

- ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้เพียงข้อเดียว คือ เพื่อพัฒนารอบแนวคิดและเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ ซึ่งในทางวิชาการมักจะแยกวัตถุประสงค์ออกเป็นข้อๆ เช่น เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารในร้าน 7-11 ของนิสิต/นักศึกษาทั้งสองมหาวิทยาลัย เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารระหว่างนิสิตคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ และนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และเพื่อพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย สำหรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวิจัยและศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต

แนวคิดทฤษฎี (Literature Review)

- ขาดการสังเคราะห์วรรณกรรม (Lack of Literature Synthesis) เนื้อหาในส่วนนี้เป็นการนำคำนิยามหรือแนวคิดจากแหล่งต่าง ๆ มาวางเรียงต่อกัน (Citing) มากกว่าการวิเคราะห์และสังเคราะห์ (Synthesizing) เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยง

- แม้กรอบแนวคิดจะระบุที่ใช้ปัจจัย 7P's แต่ในส่วนการทบทวนทฤษฎีกลับลงรายละเอียดลึกเพียง 4P's (Product, Price, Place, Promotion)

- การใช้ทฤษฎีที่เก่าเกินไปโดยไม่อ้างอิงแนวคิดสมัยใหม่ (เช่น Digital Marketing หรือ New Retail) อาจทำให้กรอบแนวคิดไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมการซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันหรือพฤติกรรมบริการลูกค้ายุคใหม่ได้ครอบคลุมพอ

- ควรเพิ่มการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ "พฤติกรรมบริการโภชนาการของคน Gen Z" และ "อิทธิพลของสภาพแวดล้อมรอบสถานศึกษาต่อพฤติกรรมการซื้อ" เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และควรมีการนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งไทยและต่างประเทศ

อ้างอิง

- การเรียงลำดับรายชื่อเอกสารอ้างอิงไม่ได้เรียงตามตัวอักษร (ก-ฮ) ตามหลักสากล และการจัดย่อหน้า (Hanging Indent) หรือการเว้นวรรคตอนยังไม่สม่ำเสมอ

- รายการอ้างอิงบางรายการขาดข้อมูลสำคัญ เช่น ชื่อวารสาร เลขปีที่ (Volume) ฉบับที่ (Issue) หรือเลขหน้า ของบทความวิจัยที่นำมาอ้างอิง

- การอ้างอิงแหล่งข้อมูลออนไลน์ไม่สมบูรณ์ (Poor Web Referencing) พบว่ามีการใส่ URL ยาวๆ โดยไม่มีการระบุ "ชื่อผู้เขียน" หรือ "ชื่อบทความ" ให้ชัดเจนในบางจุด และรูปแบบการเขียน "สืบค้นจาก" กับ "เมื่อวันที่" ตามมาตรฐาน APA การอ้างอิงเว็บไซต์ต้องเริ่มด้วยชื่อผู้แต่งหรือชื่อองค์กร ตามด้วยปีที่พิมพ์ ชื่อบทความ แล้วจึงตามด้วย URL และวันที่สืบค้น เพื่อให้ทราบว่าใครเป็นเจ้าของข้อมูลนั้น

- รายชื่อเอกสารทุกอย่างที่อ้างในเนื้อหา (In-text Citation) จะต้องมีชื่อปรากฏในบรรณานุกรม (References) เสมอ