ดนัย ลิขิตรัตน์เจริญ, นพพล ตั้งจิตพรหม และ รติกร ชื่นสุขสมบูรณ. (2565, พฤษภาคม–สิงหาคม), อิทธิพลของลำดับที่มีต่อความตั้งใจที่จะซื้อ กรณีศึกษาโดยใช้แนวคิดเมนูอาหารใหม่ : วารสารธรรมศาสตร์ 41 (2) : 211-222

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า ระดับความตั้งใจที่จะซื้อเมนูอาหารที่นำเสนอไม่แตกต่างกันระหว่างสองกลุ่ม แต่ระดับความตั้งใจที่จะซื้อเมนูอาหาร A และเมนูอาหาร B ต่างกันซึ่งสอดคล้องกับการออกแบบการทดลองในงานวิจัยนี้ โดยมีจุดที่สำคัญคือผลปฏิสัมพันธ์มีระดับนัยสำคัญทางสถิติสำหรับกลุ่มที่ได้รับการนำเสนอแนวคิดเมนูอาหาร A ก่อน ระดับความตั้งใจที่จะซื้อเมนูอาหาร A จะสูงกว่าเมนูอาหาร B ค่อนข้างมาก ในขณะที่กลุ่มที่ได้รับการนำเสนอแนวคิดเมนูอาหาร B ระดับความตั้งใจที่จะซื้อเมนูอาหาร A จะสูงกว่าเมนูอาหาร B เพียงเล็กน้อย แสดงให้เห็นถึงลำดับของการนำเสนอแนวคิดเมนูอาหารมีผลต่อระดับความตั้งใจที่จะซื้อเมนูอาหารที่นำเสนอโดยเมื่อเมนูอาหาร A ที่เป็นเมนูอาหารที่ดีกว่าได้รับการนำเสนอก่อน จะทำให้ระดับความตั้งใจที่จะซื้อจะสูงขึ้น ที่ระบุว่าเมื่อสิ่งของที่ดีกว่าถูกนำเสนอก่อนจะทำให้ข้อดีของสิ่งของนั้นได้รับความสนใจมากขึ้นเนื่องมาจากผลของการรับรู้ข้อมูลก่อน

ผลของงานวิจัยชิ้นนี้ยืนยันอิทธิพลของลำดับที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นในการทำการวิจัยโดยเฉพาะการวิจัยตลาดเพื่อต้องการทดสอบความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสินค้า บริการต่าง ๆ หรือการทดสอบตลาดสำหรับสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่ต้องมีการเปรียบเทียบกันจะต้องระวังในเรื่องของการออกแบบวิจัยเพื่อลดผลกระทบจากอิทธิพลของลำดับดังกล่าว เช่น การแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มย่อยเพื่อนำเสนอแนวคิดสินค้าและบริการโดยสลับลำดับก่อนหลังเพื่อลดผลของอิทธิพลของลำดับดังกล่าว นอกจากนี้นักการตลาดยังสามารถใช้ปัจจัยทางจิตวิทยาในเรื่องของอิทธิพลของลำดับดังกล่าวในการนำเสนอสินค้าและบริการเพื่อใช้ในการส่งเสริมการตลาดและดึงดูดผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น