

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เป็นการสำรวจข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการแจกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 250 ตัวอย่าง โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสดของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 เป็นการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการศึกษาลักษณะเฉพาะของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยเพศ, อายุ, อาชีพ, ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน โดยแสดงข้อมูลเป็นแบบแจกแจงความถี่ และแสดงค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนคน	ร้อยละ
ชาย	155	62.0
หญิง	95	38.0
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมเพื่อทำการศึกษจำนวน 250 ตัวอย่าง เป็นเพศชาย 155 คน คิดเป็นร้อยละ 62 และเพศหญิง 95 คน คิดเป็นร้อยละ 38

ตารางที่ 4.2

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 19 ปี	10	4.0
19-25 ปี	134	53.6
26-35 ปี	60	24.0
36-45 ปี	30	12.0
46-55 ปี	14	5.6
55 ปีขึ้นไป	2	.8
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมเพื่อทำการศึกษาส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาคืออายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 24 อันดับที่สามมีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 12 และอันดับที่สี่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.6 และอันดับสุดท้ายของกลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.3

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนคน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	145	58.0
ครู/อาจารย์	18	7.2
ข้าราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัย	45	18.0
พนักงานราชการ/ลูกจ้างประจำ	11	4.4
พนักงานบริษัทเอกชน	21	8.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	7	2.8
อื่นๆ	3	1.2
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมเพื่อทำการศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา เนื่องจากพื้นที่ที่ทำการศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระ

นครเหนือ ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาถึงร้อยละ 58 รองลงมาได้แก่ข้าราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 18 และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ครู/อาจารย์ พนักงานราชการ/ลูกจ้างประจำ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.4, 7.2, 4.4, 2.8 และ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวนคน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ปวช	10	4.0
อนุปริญญา/ปวส	10	4.0
ปริญญาตรี	161	64.4
ปริญญาโท	58	23.2
สูงกว่าปริญญาโท	10	4.0
ไม่ระบุ	1	.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมเพื่อทำการศึกษามีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 23.2 ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 4 เท่ากัน และมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุระดับการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.5

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้/รายรับต่อเดือน

รายได้หรือรายรับ	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	22	8.8
3,000-6,000 บาท	60	24.0
6,001-9,000 บาท	37	14.8
9,001-12,000 บาท	32	12.8
12,001-15,000 บาท	18	7.2
15,001-18,000 บาท	14	5.6
18,001-25,000 บาท	33	13.2
25,000 บาทขึ้นไป	27	10.8
ไม่ระบุ	7	2.8
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้/รายรับต่อเดือน 3,000-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมารายได้/รายรับต่อเดือน 6,001-9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.8 รายได้/รายรับต่อเดือน 18,001- 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.2 ส่วนผู้ที่มีรายได้/รายรับต่อเดือน 9,001 -12,000 บาท 25,000 บาทขึ้นไป ต่ำกว่า 3,000 บาท 12,001-15,000 บาท และ 15,001-18,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.8, 10.8, 8.8, 7.2 และ 5.6 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุรายได้/รายรับต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 2.8

สามารถสรุปรวมได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 62) มีช่วงอายุระหว่าง 19-25 ปี (ร้อยละ 53.6) เป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 58) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 64.4) มีรายได้/รายรับต่อเดือนอยู่ในช่วง 3,001-6,000 บาท (ร้อยละ 24)

4.2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสดของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสดของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด ช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสดต่อสัปดาห์ ราคากาแฟคั่วสดที่บริโภคต่อแก้ว สถานที่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด ประเภท เมนู และรสชาติกาแฟคั่วสดที่ชอบบริโภค เหตุผลที่เลือกบริโภคกาแฟคั่วสดจากร้านกาแฟ ปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้าน

กาแฟ และกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยแสดงข้อมูลเป็นแบบแจกแจงความถี่ และแสดงค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.6

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด

ความถี่การบริโภคกาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
ทุกวัน	50	20.0
เกือบทุกวัน	72	28.8
สัปดาห์ละครั้ง	25	10.0
2 สัปดาห์ครั้ง	8	3.2
เดือนละครั้ง	4	1.6
แล้วแต่โอกาส	91	36.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.6 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด พบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคกาแฟคั่วสดแล้วแต่โอกาส เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาบริโภคกาแฟคั่วสดเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 28.8 อันดับที่สามบริโภคกาแฟคั่วสดทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคกาแฟคั่วสดสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10 และ 2 สัปดาห์/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.2 สุดท้ายเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.6

ตารางที่ 4.7

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด

ช่วงเวลาบริโภคกาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
ก่อน 8.00 น.	39	15.6
8.00-12.00 น.	86	34.4
12.01-15.00 น.	80	32.0
15.01-18.00 น.	28	11.2
หลัง 18.00 น.	14	5.6
ไม่ระบุ	3	1.2
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.7 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาการบริโภคกาแฟ คั่วสด พบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคกาแฟคั่วสดช่วงเวลา 8:00-12:00 น. เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาบริโภคช่วงเวลา 12:01-15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 32 อันดับที่สามบริโภคช่วงเวลาก่อน 8:00 น. คิดเป็นร้อยละ 15.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคช่วงเวลา 15:01-18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 11.2 สุดท้ายหลัง 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 5.6 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.2

ตารางที่ 4.8

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด

ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 แก้ว/สัปดาห์	48	19.2
1-2 แก้ว/สัปดาห์	73	29.2
3-4 แก้ว/สัปดาห์	56	22.4
5-6 แก้ว/สัปดาห์	35	14.0
7-8 แก้ว/สัปดาห์	17	6.8
9-10 แก้ว/สัปดาห์	9	3.6
มากกว่า 10 แก้ว/สัปดาห์	12	4.8
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.8 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด/สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคกาแฟคั่วสดปริมาณ 1-2 แก้ว/สัปดาห์ เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาบริโภคปริมาณ 3-4 แก้ว/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 22.4 อันดับที่สามบริโภคปริมาณน้อยกว่า 1 แก้ว/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 19.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคปริมาณ 5-6 แก้ว/สัปดาห์ 7-8 แก้ว/สัปดาห์ มากกว่า 10 แก้ว/สัปดาห์ และ 9-10 แก้ว/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 14, 6.8, 4.8 และ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคากาแฟคั่วสด

ราคากาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
15 บาท/แก้ว	16	6.4
20 บาท/แก้ว	42	16.8
25 บาท/แก้ว	76	30.4
30 บาท/แก้ว	69	27.6
35 บาท/แก้ว	33	13.2
40 บาท/แก้ว	4	1.6
45 บาท/แก้ว	1	.4
50 บาท/แก้ว	4	1.6
50 บาท/แก้วขึ้นไป	5	2.0
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.9 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคากาแฟคั่วสดต่อแก้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคกาแฟคั่วสดราคา 25 บาท/แก้ว เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมาบริโภคกาแฟคั่วสดราคา 30 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 27.6 อันดับสามบริโภคกาแฟคั่วสดราคา 20 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 16.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างบริโภคกาแฟคั่วสดราคา 35 บาท/แก้ว, 15 บาท/แก้ว, 50 บาทขึ้นไป/แก้ว และ 45 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 13.2, 6.4, 2.0 และ 0.4 ตามลำดับ และส่วนการบริโภคกาแฟคั่วสดราคา 40 และ 50 บาท/แก้ว คิดเป็นร้อยละ 1.6 เท่ากัน

ตารางที่ 4.10

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด

สถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
ที่บ้าน	23	9.2
ที่ทำงาน	51	20.4
ที่ร้านกาแฟ	171	68.4
อื่นๆ	5	2.0
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.10 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสดพบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคกาแฟคั่วสดที่ร้านกาแฟ เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 68.4 รองลงมาที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 20.4 ส่วนที่บ้าน และสถานที่อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.2 และ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มาใช้บริการร้านกาแฟ

ปริมาณผู้มาใช้บริการ	จำนวนคน	ร้อยละ
1 ท่าน	71	28.4
2 ท่าน	94	37.6
3 ท่าน	43	17.2
4 ท่าน	8	3.2
มากกว่า 4 ท่านขึ้นไป	29	11.6
ไม่ระบุ	5	2.0
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.11 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มาใช้บริการร้านกาแฟพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการร้านกาแฟ 2 ท่าน เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาได้แก่ 1 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 28.4 อันดับสาม 3 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ส่วนกลุ่มที่มาใช้บริการร้านกาแฟมากกว่า 4 ท่านขึ้นไป และ 4 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 11.6 และ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

ผู้มีอิทธิพลต่อตัดสินใจเลือกร้านกาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
ท่าน	177	70.8
เพื่อนญาติ	24	9.6
ทุกคน	26	10.4
ผู้ที่ยจ่ายเงิน	19	7.6
อื่นๆ	3	1.2
ไม่ระบุ	1	.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.12 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีอิทธิพล คือ ท่าน เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาทุกคน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ส่วนเพื่อน/ญาติ ผู้ที่จ่ายเงิน และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.6, 7.6 และ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทกาแฟคั่วสด

ประเภทกาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
กาแฟร้อน	38	15.2
กาแฟเย็น	169	67.6
กาแฟปั่น	41	16.4
ไม่ระบุ	2	.8
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.13 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทกาแฟคั่วสด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคกาแฟเย็น เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 67.6 รองลงมากาแฟปั่น คิดเป็นร้อยละ 16.4 อันดับสุดท้ายกาแฟร้อน คิดเป็นร้อยละ 15.2

ตารางที่ 4.14

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเมนูกาแฟคั่วสด

เมนูกาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
เอสเพรสโซ่	61	24.4
คาปูชิโน	103	41.2
คาเฟ ลาเต้	36	14.4
อเมริกาโน	1	.4
คาเฟ มอคค่า	21	8.4
ช็อกโกแลตมอคค่า	16	6.4
กาแฟดำ	5	2.0
อื่นๆ	6	2.4
ไม่ระบุ	1	.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.14 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเมนูกาแฟคั่วสด พบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบคาปูชิโน เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาเอสเพรสโซ่ คิดเป็นร้อยละ 24.4 อันดับสามคาเฟ ลาเต้ คิดเป็นร้อยละ 14.4 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคคาเฟมอคค่า ช็อกโกแลตมอคค่า กาแฟดำ และอเมริกาโน คิดเป็นร้อยละ 8.4, 6.4, 2.0, และ 0.4 ตามลำดับ และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.4 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.15

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรสชาติกาแฟคั่วสด

รสชาติกาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
รสชาติดิบ	28	11.2
รสชาติดหวาน	23	9.2
รสชาติดหวานมัน	90	36.0
รสชาติดเข้มข้น	103	41.2
อื่นๆ	6	2.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.15 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรสชาติกาแฟคั่วสด พบว่ากลุ่มตัวอย่างชอบบริโภคกาแฟคั่วสดรสชาติเข้มข้น คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมารสชาติหวานมัน คิดเป็นร้อยละ 36 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคกาแฟคั่วสดรสชาติขม รสชาติหวาน และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 12, 9.2 และ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่เลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

เหตุผลที่บริโภคกาแฟคั่วสดจากร้านกาแฟ	จำนวนคน	ร้อยละ
ชอบรสชาติกาแฟ	80	32.0
เพื่อลดอาการง่วงนอน	54	21.6
เพื่อผ่อนคลายอารมณ์	38	15.2
เพื่อนั่งสนทนากับกลุ่มเพื่อน	37	14.8
เพื่อแก้กระหาย	11	4.4
เพื่อนัดพบและรอเวลา	17	6.8
เพื่ออ่านหนังสือ	9	3.6
อื่นๆ	3	1.2
ไม่ระบุ	1	.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.16 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกเหตุผลที่เลือกบริโภคกาแฟคั่วสด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลที่เลือกบริโภคกาแฟคั่วสดเพราะชอบรสชาติกาแฟ เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาเพื่อลดอาการง่วงนอน คิดเป็นร้อยละ 21.6 อันดับสามเพื่อผ่อนคลายความอารมณ์ คิดเป็นร้อยละ 15.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเพื่อนั่งสนทนากับกลุ่มเพื่อน เพื่อนัดพบและรอเวลา เพื่อแก้กระหาย เพื่ออ่านหนังสือ และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14.8, 6.8, 4.4, 3.6 และ 1.2 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.17

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านกาแฟ	จำนวนคน	ร้อยละ
รสชาติกาแฟ	98	39.2
ใกล้คณะ/ที่ทำงาน	82	32.8
พนักงานบริการรวดเร็ว	4	1.6
ความสะอาด	16	6.4
ราคาถูกกว่าร้านอื่น	13	5.2
เมนูหลากหลาย	7	2.8
บรรยากาศและการตกแต่งร้าน	13	5.2
สนิทกับเจ้าของร้าน/พนักงานขาย	14	5.6
อื่นๆ	2	.8
ไม่ระบุ	1	.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.17 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกที่รสชาติกาแฟ เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมาใกล้คณะ/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32.8 อันดับสามความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 6.4 อันดับสี่สนิทกับเจ้าของร้าน/พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ส่วนราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ และบรรยากาศและการตกแต่งร้าน คิดเป็นร้อยละ 5.2 เท่ากัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเพราะเมนูหลากหลาย พนักงานบริการรวดเร็ว อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.8 1.6 และ 0.8 ตามลำดับ และไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.18

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด

เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีใช้เพื่อบริโภค กาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
เพื่อดื่มเครื่องดื่มอื่นๆ	136	54.4
เพื่อรับประทานอาหารว่าง	30	12.0
เพื่อรับประทานไอศกรีม	9	3.6
เพื่อรับประทานขนมปัง/ขนมเค้ก	10	4.0
เพื่อรับประทานขนมปังปิ้ง	10	4.0
อื่นๆ	8	3.2
ไม่ระบุ	47	18.8
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.18 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสดเหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเพื่อบริโภคเครื่องดื่มอื่นๆ เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมาเพื่อรับประทานอาหารว่าง คิดเป็นร้อยละ 12 และเพื่อรับประทานขนมปัง/เค้ก หรือเพื่อรับประทานขนมปังปิ้ง คิดเป็นร้อยละ 4 เท่ากัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเพื่อรับประทานไอศกรีม และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.6 และ 3.2 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.8

ตารางที่ 4.19

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคากาแฟคั่วสดที่เพิ่มขึ้น

ราคากาแฟคั่วสดกับปริมาณการบริโภค	จำนวนคน	ร้อยละ
ลดลง	99	39.6
ไม่ลดลง	150	60.0
ไม่ระบุ	1	.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.19 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคากาแฟสดที่เพิ่มขึ้นมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วลดลงหรือไม่ พบว่า การบริโภคไม่ลดลง มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และการบริโภคลดลง มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.20

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคากาแฟคั่วที่ลดลง

ราคากาแฟคั่วสดกับปริมาณการบริโภค	จำนวนคน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	70	28.0
ไม่เพิ่มขึ้น	178	71.2
ไม่ระบุ	2	.8
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.20 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคากาแฟคั่วที่ลดลงมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสดเพิ่มขึ้นหรือไม่ พบว่า การบริโภคไม่เพิ่มขึ้น มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 และการบริโภคเพิ่มขึ้น มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.21

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ที่เพิ่มขึ้น

รายได้กับปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	28	11.2
ไม่เพิ่มขึ้น	221	88.4
ไม่ระบุ	1	.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.21 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ที่เพิ่มขึ้นมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสดเพิ่มขึ้นหรือไม่ พบว่า การบริโภคไม่เพิ่มขึ้น มีจำนวน 221 คน คิด

เป็นร้อยละ 88.4 และการบริโภคเพิ่มขึ้น มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.22

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ที่ลดลง

รายได้กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด	จำนวนคน	ร้อยละ
ลดลง	58	23.2
ไม่ลดลง	190	76.0
ไม่ระบุ	2	.8
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.22 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ที่ลดลงมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสดลดลงหรือไม่ พบว่า การบริโภคไม่ลดลง มีจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 76 และการบริโภคลดลง มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.23

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการบริโภคเครื่องดื่มอื่นทดแทน

ราคากาแฟแก้วสดกับการบริโภคเครื่องดื่มอื่นทดแทน	จำนวนคน	ร้อยละ
เปลี่ยน	118	47.2
ไม่เปลี่ยน	130	52.0
ไม่ระบุ	2	.8
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2551

จากตารางที่ 4.23 เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคากาแฟแก้วสดที่เพิ่มขึ้นทำให้บริโภคเครื่องดื่มอื่นทดแทนหรือไม่ พบว่า การบริโภคไม่เปลี่ยน มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และการบริโภคเปลี่ยน มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.8

สามารถสรุปรวมได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคกาแฟแก้วสดแล้วแต่โอกาส (ร้อยละ 36.4) ช่วงเวลาการบริโภค 8:00-12:00 น. (ร้อยละ 34.4) ปริมาณ 1-2 แก้ว/สัปดาห์ (ร้อยละ 29.2) ราคา 25 บาท/แก้ว (ร้อยละ 30.4) โดยบริโภคที่ร้านกาแฟ (ร้อยละ 68.4) แต่ครั้งจะมาใช้บริการ 2 ท่าน (ร้อยละ 37.6) ท่านเป็นผู้ที่ตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ (ร้อยละ 70.8) ประเภทกาแฟแก้วสดที่ชอบคือ กาแฟเย็น (ร้อยละ 67.7) เมนูที่ชอบ คือ คาปูชิโน (ร้อยละ 41.2) รสชาติที่ชอบคือ รสชาติเข้มข้น (ร้อยละ 41.2) ส่วนเหตุผลที่เลือกบริโภคกาแฟแก้วสดจากร้านกาแฟ คือ ชอบรสชาติกาแฟ (ร้อยละ 32) ปัจจัยที่เลือกร้านกาแฟ เพราะ รสชาติกาแฟ (ร้อยละ 39.2) เหตุผลอื่นๆ นอกจากบริโภคกาแฟแก้วสดจากร้านกาแฟแล้วก็เพื่อดื่มเครื่องดื่มอื่นๆ (ร้อยละ 54.4) ถ้าราคากาแฟแก้วสดเพิ่มขึ้นปริมาณการบริโภคไม่ลดลง (ร้อยละ 60) และราคากาแฟแก้วสดลดลงปริมาณการบริโภคไม่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 71.2) ถ้ารายได้เพิ่มขึ้นปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสดไม่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 88.4) และรายได้ลดลงปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสดไม่ลดลง (ร้อยละ 76) และถ้าราคากาแฟแก้วสดเพิ่มขึ้นการบริโภคกาแฟแก้วสดก็ไม่เปลี่ยน (ร้อยละ 52)

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟแก้วสดของกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟแก้วสด โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟแก้วสด เป็นการแสดงภาพรวม ดังตารางที่ 4.24 (ไม่แยกตามลักษณะประชากรศาสตร์)

ตารางที่ 4.24

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟแก้วสดของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	เกณฑ์
รสชาติของกาแฟแก้วสด	4.56	.682	มากที่สุด
บรรจุภัณฑ์ เช่น แก้ว, หลอด	3.66	.983	มาก
เมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ เช่น ขนมปัง	3.45	1.134	มาก
เมนูกาแฟแก้วสดหลากหลายชนิด	3.85	1.007	มาก
การบริการที่รวดเร็ว	4.22	.810	มากที่สุด
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	4.34	.826	มากที่สุด
ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ	3.88	.993	มาก
ใกล้อาคารเรียนที่ทำงาน	4.06	.898	มาก
บรรยากาศโดยรวมในร้าน	4.06	.826	มาก
โต๊ะที่นั่งเพียงพอกับการให้บริการ	3.86	.942	มาก
หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ทีวี, วิทยุ	3.55	1.052	มาก
ความสะดวกภายในร้าน	4.40	.711	มากที่สุด
ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้าน	3.41	.913	มาก
การแจกใบปลิว	2.78	1.071	ปานกลาง
การเอาใจใส่และอัธยาศัยของพนักงาน	4.32	.862	มากที่สุด
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	3.71	.944	มาก
การเพิ่มขึ้น/ลดลงของราคากาแฟแก้วสด	3.72	.937	มาก
ดื่มตามกระแสนิยม เช่น เพื่อนดื่ม	2.69	1.190	ปานกลาง
ดื่มกาแฟแก้วสดทดแทนเครื่องดื่มอื่นๆ	2.87	1.229	ปานกลาง

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟแก้วสดอยู่ในเกณฑ์ระดับ “มากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.56-4.22 คือ 1) รสชาติกาแฟ 2) ความสะดวกภายในร้าน 3) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ 4) การเอาใจใส่และอัธยาศัยของพนักงาน 5) การบริการที่รวดเร็ว

ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในเกณฑ์ระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.06-3.41 คือ 1) ใกล้อาคารเรียนที่ทำงาน 2) บรรยากาศโดยรวมในร้าน 3) โต๊ะที่นั่งเพียงพอกับการให้บริการ 4) ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ 5) เมนูกาแฟแก้วสดหลากหลายชนิด 6) การเพิ่มขึ้น/ลดลงของราคากาแฟแก้วสด 7) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8) บรรจุภัณฑ์ 9) หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ทีวี และวิทยุ 10) มีเมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ 11) ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์

ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในเกณฑ์ระดับ “ปานกลาง” มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.87-2.69 คือ 1) ดื่มน้ำแปดแปดแตรองดื่มอื่น ๆ 2) การแจกใบปลิว 3) ดื่มน้ำตามกระแสนิยม

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

4.4.1 **สมมติฐาน 1** ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสด โดยวิธีทางสถิติ Pearson Chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งมีการทดสอบสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานย่อย 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด

ตารางที่ 4.25

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด	2.704	0.745	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด	44.540	0.009	มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด	66.721	0.000	มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด	29.368	0.081	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด	73.634	0.000	มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของเพศ และระดับการศึกษา มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด ส่วนอายุ, อาชีพ และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่า P-Value เท่ากับ 0.009, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า อายุ อาชีพ และรายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.2 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟคั่วสด

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟคั่วสด

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟคั่วสด

ตารางที่ 4.26

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด	7.000	0.136	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด	29.547	0.078	ไม่มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด	28.452	0.241	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด	26.851	0.043	มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด	28.405	0.443	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของเพศ อายุ อาชีพ และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด ส่วนระดับการศึกษา มีค่า P-Value เท่ากับ 0.043 น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาการบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.3 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด

ตารางที่ 4.27

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด	5.699	0.458	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด	47.829	0.021	มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด	83.771	0.000	มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด	39.502	0.024	มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด	68.823	0.006	มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด ส่วนเพศ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.458 มากกว่า 0.05 ดังนั้นยอมรับ H_0 แสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟแก้วสด

สมมติฐานย่อย 1.4 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับราคากาแฟแก้วสด

 H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับราคากาแฟแก้วสด H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับราคากาแฟแก้วสด

ตารางที่ 4.28

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับราคากาแฟแก้วสด

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับราคากาแฟแก้วสด	18.680	0.017	มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับราคากาแฟแก้วสด	62.491	0.013	มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับราคากาแฟแก้วสด	55.434	0.215	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับราคากาแฟแก้วสด	32.234	0.455	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับราคากาแฟแก้วสด	59.038	0.365	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับราคากาแฟคั่วสด โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของอาชีพ, ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับราคากาแฟคั่ว ส่วนเพศ และอายุ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.017, 0.013 ตามลำดับ น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า เพศ และอายุมีความสัมพันธ์กับราคากาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.5 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด

ตารางที่ 4.29

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด	10.732	0.013	มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด	74.785	0.000	มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด	92.960	0.000	มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด	37.330	0.000	มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด	60.731	0.000	มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของลักษณะประชากรศาสตร์ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.6 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ

ตารางที่ 4.30

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ	8.365	0.079	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ	49.867	0.000	มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ	37.913	0.035	มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ	19.580	0.240	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ	29.005	0.412	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับผู้ที่ใช้บริการร้านกาแฟ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของเพศ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนอายุ และอาชีพ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.000 และ 0.035 ตามลำดับ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า อายุ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.7 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านกาแฟ

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านกาแฟ

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านกาแฟ

ตารางที่ 4.31

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านกาแฟ

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านกาแฟ	7.151	0.128	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านกาแฟ	20.951	0.400	ไม่มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านกาแฟ	17.096	0.845	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านกาแฟ	21.383	0.164	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านกาแฟ	45.723	0.019	มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านกาแฟ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วย Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของเพศ, อายุ, อาชีพ และระดับการศึกษา มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านกาแฟ ส่วนรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่า P-Value เท่ากับ 0.019 น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.8 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด

ตารางที่ 4.32

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับประเภทกาแฟคั่วสด

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด	5.435	0.066	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด	31.029	0.001	มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด	18.526	0.101	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด	13.931	0.084	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด	16.833	0.265	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับประเภทของกาแฟคั่วสด โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของกาแฟคั่วสด ส่วนอายุ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.001 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับประเภทของกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.9 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด

ตารางที่ 4.33

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับเมนูกาแฟคั่วสด

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด	2.907	0.893	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด	36.861	0.383	ไม่มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด	60.823	0.030	มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด	34.040	0.200	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด	56.003	0.229	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับเมนูกาแฟคั่วสด โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด ส่วนอาชีพ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.030 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับเมนูของกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.10 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับรสชาติกาแฟคั่วสด

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับรสชาติกาแฟคั่วสด

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับรสชาติกาแฟคั่วสด

ตารางที่ 4.34

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับรสชาติกาแฟคั่วสด

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์รสชาติกาแฟคั่วสด	3.140	0.535	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์รสชาติกาแฟคั่วสด	40.934	0.004	มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์รสชาติกาแฟคั่วสด	28.839	0.226	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์รสชาติกาแฟคั่วสด	22.181	0.137	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์รสชาติกาแฟคั่วสด	24.818	0.638	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับรสชาติกาแฟคั่วสด โดย การทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับรสชาติกาแฟคั่วสด ส่วนอายุ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.004 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับรสชาติกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.11 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ

ตารางที่ 4.35

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ	8.173	0.318	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ	85.950	0.000	มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ	50.926	0.163	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ	33.679	0.212	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ	60.894	0.119	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ ส่วนอายุ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.000 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกร้านกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.12 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ

ตารางที่ 4.36

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ	8.256	0.409	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ	50.429	0.125	ไม่มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ	31.060	0.972	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ	24.570	0.823	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ	66.361	0.162	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของลักษณะประชากรศาสตร์ มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.13 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟด้วยสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟด้วยสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟด้วยสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

ตารางที่ 4.37

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับกรณีท่านไม่บริโภคกาแฟคั่วสด

เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-Value	ผลการทดสอบ
1. เพศมีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ	15.562	0.008	มีความสัมพันธ์
2. อายุมีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ	23.098	0.572	ไม่มีความสัมพันธ์
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ	37.324	0.168	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ	19.735	0.475	ไม่มีความสัมพันธ์
5. รายได้/รายรับต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ	44.790	0.124	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา : ภาคผนวก ข. ตารางที่ 61-65

จากตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์มีกับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสดเหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Pearson Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-Value ของอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 แสดงว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนเพศมีค่า P-Value เท่ากับ 0.008 น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปฏิเสธ H_0 แสดงว่า เพศมีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสดเหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

4.4.2 สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน ที่แตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่แตกต่างกัน โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 วิธี ดังนี้

- 1) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันด้วยวิธีการทางสถิติแบบ Independent-Sample T-Test ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ ที่มีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด
- 2) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบความ

แตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี SCHEFFE ซึ่งเป็นความแตกต่างระหว่างอายุ อาชีพ
ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน ที่มีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภค
กาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38

ความแตกต่างระหว่างเพศกับปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

ปัจจัย		F	① Sig.		② Sig. (2-tailed)	ผลการ ทดสอบ
รสชาติของกาแฟ	Equal variances assumed	0.003	0.959	→ ไม่ Sig.	→ 0.591	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
บรรจุภัณฑ์	Equal variances assumed	1.077	0.300	→ ไม่ Sig.	→ 0.504	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
มีเมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ	Equal variances assumed	0.047	0.828	→ ไม่ Sig.	→ 0.269	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
เมนูกาแฟคั่วสด หลากหลายชนิด	Equal variances assumed	0.242	0.623	→ ไม่ Sig.	→ 0.785	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
การบริการรวดเร็ว	Equal variances assumed	0.027	0.869	→ ไม่ Sig.	→ 0.783	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	Equal variances assumed	1.096	0.296	→ ไม่ Sig.	→ 0.885	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ	Equal variances assumed	2.097	0.149	→ ไม่ Sig.	→ 0.969	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
ใกล้อาคารเรียน/ที่ทำงาน	Equal variances assumed	0.410	0.522	→ ไม่ Sig.	→ 0.495	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
บรรยากาศโดยรวมในร้าน	Equal variances assumed	0.968	0.326	→ ไม่ Sig.	→ 0.794	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
โต๊ะที่นั่งเพียงพอสำหรับให้บริการ	Equal variances assumed	1.298	0.256	→ ไม่ Sig.	→ 0.759	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
หนังสือพิมพ์, นิตยสาร ทีวี และวิทยุ	Equal variances assumed	0.404	0.525	→ ไม่ Sig.	→ 0.626	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
ความสะดวกภายในร้าน	Equal variances assumed	0.229	0.632	→ ไม่ Sig.	→ 0.584	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
ป้ายโฆษณาประจำ ร้าน	Equal variances assumed	4.337	0.038	Sig.	→ 0.661	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
การแจกใบปลิว	Equal variances assumed	0.028	0.866	→ ไม่ Sig.	→ 0.496	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed					
การเอาใจใส่และอัธยาศัย ของพนักงาน	Equal variances assumed	5.872	0.016	Sig.	→ 0.059	แตกต่าง
	Equal variances not assumed					

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

ความแตกต่างระหว่างเพศกับปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

ปัจจัย		F	① Sig.		② Sig. (2-tailed)	ผลการ ทดสอบ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Equal variances assumed	0.017	0.897	→ ไม่ Sig. →	0.538	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed				0.538	
การเพิ่มขึ้น/ลดลงของ ราคากาแฟคั่วสด	Equal variances assumed	0.333	0.564	→ ไม่ Sig. →	0.676	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed				0.682	
ดื่มตามกระแสนิยม	Equal variances assumed	0.704	0.402	→ ไม่ Sig. →	0.469	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed				0.472	
ดื่มกาแฟคั่วสดทดแทน เครื่องดื่มอื่นๆ	Equal variances assumed	1.770	0.185	→ ไม่ Sig. →	0.227	ไม่แตกต่าง
	Equal variances not assumed				0.234	

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.38 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดหรือไม่ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วย Independent-Sample T-Test ในขั้นแรก ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างในช่อง ① พบว่า ค่า P-Value มีค่ามากกว่า ค่า α 0.05 (เท่ากับ ไม่ Sig.)

ส่วนป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการเอาใจใส่และอริยาไยของพนักงาน มีค่า P-Value เท่ากับ 0.038, 0.016 ตามลำดับ มีค่าน้อยกว่า ค่า α 0.05 (เท่ากับ Sig.) ดังนั้นให้ดูค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างในช่อง ② ของป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.677, α =0.05 ดังนั้นค่า P-Value มีค่ามากกว่า ค่า α (เท่ากับไม่Sig.) จึงยอมรับ H_0 เพศมีปัจจัยที่มีผลในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่ไม่แตกต่าง ส่วนการเอาใจใส่และอริยาไยของพนักงาน มีค่า P-Value เท่ากับ 0.043 มีค่าน้อยกว่า α 0.05 (เท่ากับSig.) จึงยอมรับ H_1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า เพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับการเอาใจใส่และอริยาไยของพนักงานที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39

ความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

ปัจจัย	F	Sig.	ผลสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. รสชาติกาแฟคั่วสด	1.931	0.090	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
2. บรรจุภัณฑ์ เช่น แก้ว, หลอด ฯลฯ	1.038	0.396	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
3. เมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ เช่น ขนมปัง, อาหารว่าง	1.050	0.389	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
4. เมนูกาแฟคั่วสดที่หลากหลาย	1.515	0.186	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
5. การบริการที่รวดเร็ว	1.537	0.179	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	1.612	0.157	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
7. ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ	1.228	0.297	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
8. ใกล้อาคารเรียน/ที่ทำงาน	1.052	0.388	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
9. บรรยากาศภายในร้าน	0.896	0.484	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
10. โต๊ะที่นั่งเพียงพอสำหรับการให้บริการ	1.445	0.209	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
11. หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ทีวี และวิทยุ	2.031	0.075	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
12. ความสะอาดภายในร้าน	2.746	0.020	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
13. ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์	0.361	0.875	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
14. การแจกใบปลิว	1.309	0.261	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
15. การเอาใจใส่และอัธยาศัยของพนักงาน	1.156	0.332	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
16. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.674	0.141	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
17. การเพิ่มขึ้น/ลดลงของราคากาแฟคั่วสด	1.071	0.377	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
18. ดื่มกาแฟคั่วสดตามกระแสนิยม	1.791	0.115	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
19. ดื่มกาแฟคั่วสดเพื่อทดแทนเครื่องดื่มอื่นๆ	1.478	0.198	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.39 เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุมีผลต่อบัณฑิตในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดหรือไม่ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA พบว่า ค่า P-Value ของปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด มีค่ามากกว่า ค่า α 0.05 (เท่ากับไม่Sig.) จึงยอมรับ H_0 อายุแตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อย 2.3 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40

ความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

ปัจจัย	F	Sig.	ผลสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. รสชาติกาแฟคั่วสด	1.668	0.130	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
2. บรรจุภัณฑ์ เช่น แก้ว, หลอด ฯลฯ	1.174	0.321	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
3. เมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ เช่น ขนมปัง, อาหารว่าง ฯลฯ	2.282	0.037	Sig. ดูภาคผนวก ข.	ไม่แตกต่าง
4. เมนูกาแฟคั่วสดที่หลากหลาย	1.547	0.164	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
5. การบริการที่รวดเร็ว	1.410	0.211	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	2.068	0.058	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
7. ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ	2.557	0.020	Sig. ดูภาคผนวก ข.	ไม่แตกต่าง
8. ใกล้อาคารเรียน/ที่ทำงาน	1.087	0.371	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
9. บรรยากาศภายในร้าน	1.733	0.114	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
10. โต๊ะที่นั่งเพียงพอสำหรับการให้บริการ	1.615	0.144	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
11. หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ทีวี และวิทยุ	1.235	0.289	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
12. ความสะอาดภายในร้าน	1.177	0.319	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
13. ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์	1.237	0.288	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
14. การแจกใบปลิว	1.675	0.128	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
15. การเอาใจใส่และอัธยาศัยของพนักงาน	0.892	0.501	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
16. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.880	0.510	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
17. การเพิ่มขึ้น/ลดลงของราคากาแฟคั่วสด	0.784	0.583	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
18. ดื่มกาแฟคั่วสดตามกระแสนิยม	0.887	0.505	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
19. ดื่มกาแฟคั่วสดเพื่อทดแทนเครื่องดื่มอื่นๆ	0.929	0.474	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.40 เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดหรือไม่ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA พบว่า ค่า P-Value ของปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด มีค่ามากกว่า ค่า α 0.05 (เท่ากับไม่Sig.) จึงยอมรับ H_0 แสดงว่า อาชีพแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนมีเมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ และราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.037 และ 0.020 ตามลำดับ มีค่าน้อยกว่า ค่า α 0.05 (เท่ากับSig.) จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนค่าที่เป็น Sig. คือกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ SCHEFFE โดยดูจากช่อง Mean Difference ถ้าค่าตัวเลขใดมีค่าเครื่องหมาย * แสดงว่ารายคู่นั้นมีความแตกต่างกัน

จากภาคผนวก ข. ตารางที่ 24-25 พบว่า เมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ และราคาสินค้าที่ถูกกว่าร้านอื่นๆ ค่า Mean Difference ไม่มีเครื่องหมาย * ดังนั้นอาชีพแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อย 2.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดไม่

แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41

ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

ปัจจัย	F	Sig.	ผลสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. รสชาติกาแฟคั่วสด	2.386	0.052	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
2. บรรจุภัณฑ์ เช่น แก้ว, หลอด ฯลฯ	0.477	0.753	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
3. เมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ เช่น ขนมปัง, อาหารว่าง ฯลฯ	2.824	0.026	Sig. ดูภาคผนวก ข.	ไม่แตกต่าง
4. เมนูกาแฟคั่วสดที่หลากหลาย	1.316	0.264	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
5. การบริการที่รวดเร็ว	1.739	0.142	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.990	0.004	Sig. ดูภาคผนวก ข.	ไม่แตกต่าง
7. ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ	3.434	0.009	Sig. ดูภาคผนวก ข.	ไม่แตกต่าง
8. ใกล้อาคารเรียน/ที่ทำงาน	0.450	0.772	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
9. บรรยากาศภายในร้าน	0.758	0.553	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
10. โต๊ะที่นั่งเพียงพอสำหรับการให้บริการ	0.920	0.453	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
11. หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ทีวี และวิทยุ	0.548	0.701	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
12. ความสะอาดภายในร้าน	0.647	0.630	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
13. ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์	2.148	0.076	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
14. การแจกใบปลิว	1.723	0.145	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
15. การเอาใจใส่และอัธยาศัยของพนักงาน	1.011	0.402	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
16. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.579	0.678	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
17. การเพิ่มขึ้น/ลดลงของราคากาแฟคั่วสด	0.772	0.544	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
18. ดื่มกาแฟคั่วสดตามกระแสนิยม	1.604	0.174	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
19. ดื่มกาแฟคั่วสดเพื่อทดแทนเครื่องดื่มอื่นๆ	2.037	0.090	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.41 เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดหรือไม่ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA พบว่า ค่า P-Value ของปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด มีค่ามากกว่า ค่า α 0.05 (เท่ากับไม่ Sig.) จึงยอมรับ H_0 แสดงว่า ระดับการศึกษาแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนมีเมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.026, 0.004 และ 0.009 ตามลำดับ มีค่าน้อยกว่า ค่า α 0.05 (เท่ากับ Sig.) จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ระดับการศึกษาแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนค่าที่เป็น Sig. คือกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ SCHEFFE โดยดูจากช่อง Mean Difference ถ้าค่าตัวเลขใดมีค่าเครื่องหมาย * แสดงว่ารายคู่นั้นมีความแตกต่างกัน

จากภาคผนวก ข. ตารางที่ 26-28 พบว่า มีเมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ ค่า Mean Difference ไม่มีเครื่องหมาย * ดังนั้น ระดับการศึกษาแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อย 2.5 รายได้/รายรับที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

H_0 : รายได้/รายรับที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดไม่

แตกต่างกัน

H_1 : รายได้/รายรับที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42

ความแตกต่างระหว่างรายได้/รายรับต่อเดือนที่มีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

ปัจจัย	F	Sig.	ผลสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. รสชาติกาแฟคั่วสด	2.225	0.033	Sig. ดูภาคผนวก ข.	ไม่แตกต่าง
2. บรรจุภัณฑ์ เช่น แก้ว, หลอด ฯลฯ	2.832	0.007	Sig. ดูภาคผนวก ข.	ไม่แตกต่าง
3. เมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ เช่น ขนมปัง, อาหารว่าง	1.950	0.063	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
4. เมล็ดกาแฟคั่วสดที่หลากหลาย	1.686	0.113	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
5. การบริการที่รวดเร็ว	1.101	0.363	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	1.802	0.088	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
7. ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ	0.637	0.725	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
8. ใกล้อาคารเรียน/ที่ทำงาน	0.857	0.541	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
9. บรรยากาศภายในร้าน	1.006	0.427	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
10. โต๊ะที่นั่งเพียงพอสำหรับการให้บริการ	1.127	0.347	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
11. หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ทีวี และวิทยุ	0.756	0.625	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
12. ความสะอาดภายในร้าน	1.303	0.250	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
13. ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์	1.085	0.373	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
14. การแจกใบปลิว	0.807	0.582	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
15. การเอาใจใส่และอัธยาศัยของพนักงาน	1.198	0.305	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
16. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.488	0.172	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
17. การเพิ่มขึ้น/ลดลงของราคากาแฟคั่วสด	1.696	0.111	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
18. ดื่มกาแฟคั่วสดตามกระแสนิยม	1.119	0.352	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง
19. ดื่มกาแฟคั่วสดเพื่อทดแทนเครื่องดื่มอื่นๆ	0.915	0.495	ไม่ Sig.	ไม่แตกต่าง

ที่มา : จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

จากตารางที่ 4.42 เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้/รายรับต่อเดือนมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดหรือไม่ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA พบว่า ค่า P-Value ของปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด มีค่ามากกว่า ค่า α 0.05 (เท่ากับไม่Sig.) จึงยอมรับ H_0 แสดงว่า รายได้/รายรับต่อเดือนแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนรสชาติของกาแฟ และบรรจุภัณฑ์ มีค่า P-Value เท่ากับ 0.033 และ 0.007 ตามลำดับ มีค่าน้อยกว่า ค่า α 0.05 (เท่ากับSig.) จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า รายได้/รายรับต่อเดือนแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนค่าที่เป็น Sig. คือกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ SCHEFFE โดยดูจากช่อง Mean Difference ถ้าค่าตัวเลขใดมีค่าเครื่องหมาย * แสดงว่ารายคู่นั้นมีความแตกต่างกัน

จากภาคผนวก ข. ตารางที่ 29-30 พบว่า รสชาติของกาแฟ และบรรจุภัณฑ์ ค่า Mean Difference ไม่มีเครื่องหมาย * ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างรายได้/รายรับต่อเดือนที่แตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05