

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีวิธีการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ ดังนี้

n	แทน	จำนวนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
SS	แทน	ผลบวกกำลังสอง
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสอง
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบที (t-test)
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F-test)
$p^* \leq .05$	แทน	การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
$p^{**} \leq .01$	แทน	การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
$p^{***} \leq .001$	แทน	การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001
$p > .05$	แทน	การไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งสามารถ
แบ่งผลการศึกษาเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ส่วนที่ 3 ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของ
ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ซึ่งได้นำมาวิเคราะห์ผลหาค่าร้อยละ ได้ดังตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	157	39.30
หญิง	243	60.70
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	100	25.00
20 – 30 ปี	100	25.00
31 – 40 ปี	100	25.00
มากกว่า 40 ปี	100	25.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	228	57.00
สมรส	147	36.80
หม้าย / หย่าร้าง	25	6.20
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	14	3.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	53	13.20
อนุปริญญา / ปวส.	67	16.80
ปริญญาตรี	159	39.70
สูงกว่าปริญญาตรี	107	26.80
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	41	10.30
5,000 – 10,000 บาท	116	29.00
10,001 – 20,000 บาท	81	20.30
มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	162	40.40

ตาราง 1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
6. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา / นักเรียน	62	15.40
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	77	19.30
พนักงานบริษัทเอกชน	109	27.30
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	131	32.70
อื่นๆ	21	5.30

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริโภคชาวเขี้ยวพร้อมดื่มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.70 ส่วนอายุได้ทำการศึกษาช่วงละเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 39.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.40 และอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 32.70

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขี้ยวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ได้นำมาวิเคราะห์ผลหาค่าร้อยละ ได้ดังตาราง 2 ดังนี้

ตาราง 2 ข้อมูลการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขี้ยวพร้อมดื่ม

การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขี้ยวพร้อมดื่ม	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
ยี่ห้อชาเขี้ยวที่เลือกซื้อ		
นะมาชะ	12	3.00
โมชิ	14	3.50
โออิชิ	281	70.30
เพียวริค	52	13.00
ยูนิฟ	41	10.20
บุคคลที่มีอิทธิพล		
เพื่อน	89	22.30
บุคคลในครอบครัว	68	17.00
เลือกดื่มด้วยตนเอง	203	50.70

ตาราง 2 (ต่อ)

การตัดสินใจบริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
บุคคลอื่น	27	6.80
อื่นๆ	13	3.20
ความถี่ในการซื้อ		
1 – 2 ครั้ง	51	12.70
3 – 4 ครั้ง	162	40.50
5 – 6 ครั้ง	95	23.80
มากกว่า 6 ครั้ง	92	23.00
ในอนาคตจะซื้อหรือไม่		
ซื้อมากขึ้น	160	40.00
ซื้อน้อยลง	53	13.20
ไม่แน่นอน	187	46.80

จากตาราง 2 พบว่า ผู้บริโภคชาเขียวพร้อมดื่มส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อ โออิชิ คิดเป็นร้อยละ 70.30 และเลือกดื่มด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 50.70 ความถี่ในการซื้อ 3 – 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.50 และอนาคตผู้บริโภคไม่แน่นอนในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 46.80

ตาราง 3 แหล่งที่ซื้อชาเขียวพร้อมดื่ม

แหล่งจำหน่าย	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
ร้านค้าสะดวกซื้อ	265	66.30
ร้านค้าตู้แช่ทั่วไป	230	57.50
ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	197	49.30
ซูเปอร์มาร์เก็ต	55	13.80
อื่นๆ	12	3.00

จากตาราง 3 พบว่า อันดับแรกที่ผู้บริโภคเลือกแหล่งซื้อ คือ ร้านค้าสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 66.30 รองลงมา คือ ร้านค้าตู้แช่ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 57.50 และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 49.30

ตาราง 4 เหตุผลที่เลือกซื้อชาเขียวพร้อมดื่ม

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
แก้กระหายน้ำ	293	73.00
รสชาติอร่อย	174	43.50
มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	81	20.30
ตามแฟชั่น	65	16.30
อื่นๆ	7	1.80

จากตาราง 4 พบว่า เหตุผลอันดับแรกที่ผู้บริโภคเลือกซื้อชาเขียวพร้อมดื่ม คือ แก้กระหายน้ำ คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมา คือ รสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 43.50 และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 20.30

ส่วนที่ 3 ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ซึ่งผู้ทำการวิจัยได้กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเป็นระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม 5 ระดับ และนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลและวิเคราะห์ผลได้ประเด็นต่างๆ ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สามารถหาคำนวนคะแนนรวม คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ปัจจัย คือ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด 5) ทัศนคติ ซึ่งแสดงได้ดังตาราง 5

ตาราง 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ชาเขียวมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของลูกค้า	4.50	0.562	มากที่สุด
2. มีการรับรองคุณภาพมาตรฐาน	3.09	0.947	ปานกลาง
3. ส่วนผสมของชาเขียว	2.72	1.120	ปานกลาง

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
4. ความหลากหลายของรสชาติ	3.69	0.827	มาก
5. คุณค่าและสารอาหารที่ได้รับ	2.99	1.006	ปานกลาง
6. ความเหมาะสมของขนาดและปริมาณของบรรจุภัณฑ์	2.63	0.924	ปานกลาง
7. ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิต	3.01	0.950	ปานกลาง
8. ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค	3.18	0.914	ปานกลาง
9. มีประโยชน์ในการบำรุงร่างกายให้สดชื่น	3.22	1.119	ปานกลาง
10. เป็นเครื่องดื่มที่มีสรรพคุณในการรักษาโรคต่างๆ เช่น แพ้อากาศ ไรหวัใจ เป็นต้น	2.26	1.213	น้อย
11. ช่วยดับกระหายและคลายร้อน	4.44	0.558	มาก
12. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ กะทัดรัด สวยงาม	3.43	0.887	ปานกลาง
13. มีกลิ่นหอม	3.25	1.117	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.26	0.673	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.673) และรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ ชาเขียวมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของลูกค้าเป็นปัจจัยที่มีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.562) รองลงมาช่วยดับกระหายและคลายร้อน ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.558) และอันดับสุดท้ายคือ มีความหลากหลายของรสชาติ ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.827)

ตาราง 6 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ปริมาณมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับราคา	2.60	0.912	ปานกลาง
2. มีราคาที่เป็นมาตรฐานเมื่อซื้อจากร้านค้าที่ต่างกัน	3.12	0.847	ปานกลาง
3. การปรับลดราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.18	1.100	ปานกลาง
4. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับขนาด ปริมาณบรรจุ	2.80	0.989	ปานกลาง
5. การแข่งขันการลดราคาในเทศกาลต่างๆ ที่จัดขึ้น เป็นประจำทุกปี	2.95	0.679	ปานกลาง
6. ราคาต่ำกว่าเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ	2.43	0.810	น้อย
7. ราคาถูกเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้าที่ได้รับ	2.75	0.763	ปานกลาง
8. มีการระบุราคาสินค้าที่ติดไว้ชัดเจน	2.36	1.000	น้อย
รวมเฉลี่ย	2.77	0.594	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.77$, S.D. = 0.594) และรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ การปรับลดราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = 1.100) รองลงมาคือมีราคาที่เป็นมาตรฐานเมื่อซื้อจากร้านค้าที่ต่างกัน ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.847) และอันดับสุดท้ายคือ การแข่งขันการลดราคาในเทศกาลต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ($\bar{X} = 2.95$, S.D. = 0.679)

ตาราง 7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. สามารถหาซื้อได้ตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป	4.53	0.674	มากที่สุด
2. มีการจัดสินค้าที่โดดเด่นที่จุดขาย	3.80	0.701	มาก
3. สินค้าสามารถหาพบได้ง่ายเมื่อรวมกับผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มประเภทอื่น	4.43	0.621	มาก
4. มีพนักงานแนะนำเมื่อมีรสชาติใหม่ๆ เพิ่มขึ้น	2.86	0.883	ปานกลาง
5. ท่าเลที่ตั้งของร้านที่จัดจำหน่ายมีความเหมาะสม และสะดวกในการซื้อ	3.63	0.656	มาก
6. การตกแต่งร้านทันสมัยและเป็นที่น่าสนใจ	3.17	0.688	ปานกลาง
7. มีจำหน่ายโดยเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ	2.38	1.168	น้อย
รวมเฉลี่ย	3.54	0.440	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.440) และรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ สามารถหาซื้อได้ง่ายเป็นปัจจัยที่มีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.674) รองลงมา สินค้าสามารถหาพบได้ง่ายเมื่อรวมกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทอื่น ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.621) และอันดับสุดท้ายคือ มีการจัดสินค้าที่โดดเด่นที่จุดขาย ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.701)

ตาราง 8 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองดื่ม	2.13	1.050	น้อย
2. มีชิ้นส่วนบัตรที่สามารถนำมาลดราคาสินค้าได้	2.81	1.088	ปานกลาง
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์	4.13	0.708	มาก
4. มีการจัดทำสื่อโฆษณาในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน เช่น โบชัวร์ แผ่นพับ	3.83	1.003	มาก
5. มีการจัดรายการพิเศษแจกของแถม และของสมนาคุณตามจุดขายต่างๆ	3.18	0.828	ปานกลาง
6. มีกิจกรรมการส่งชิ้นส่วนเพื่อชิงโชค/ชิงรางวัล	3.42	0.797	ปานกลาง
7. การจัดป้ายโฆษณาหน้าร้านชัดเจน	3.12	0.884	ปานกลาง
8. การแนะนำผลิตภัณฑ์ต่างๆ หรือแนะนำรสชาติใหม่ๆ โดยใช้พนักงานที่มีบุคลิกภาพดี	2.82	1.092	ปานกลาง
9. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ	2.85	0.911	ปานกลาง
10. การให้ส่วนลดราคาจากการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นประจำ	2.78	0.976	ปานกลาง
11. มีเพื่อนหรือบุคคลรู้จักแนะนำ	3.02	0.946	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.09	0.529	ปานกลาง

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = 0.529) และรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์เป็นปัจจัยที่มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.708) รองลงมา มีการจัดทำสื่อโฆษณาในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน เช่น โบชัวร์ แผ่นพับ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 1.003) และอันดับสุดท้ายคือ มีกิจกรรมการส่งชิ้นส่วนเพื่อชิงโชค/ชิงรางวัล ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.797)

ตาราง 9 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านทัศนคติ

ด้านทัศนคติ	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. บุคคลส่วนใหญ่ในสังคมนิยมดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมากขึ้น	4.37	0.764	มาก
2. ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.06	0.770	ปานกลาง
3. กระแสความต้องการและนิยมสินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติมีมาก	4.54	0.624	มากที่สุด
4. ทัศนคติของผู้บริโภคในสังคมให้ความสำคัญกับการดื่มชาเขียวในรสชาติต่างๆ เพิ่มขึ้น	3.59	1.017	มาก
5. มีความเชื่อว่าชาเขียวเป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.26	1.089	ปานกลาง
6. เป็นที่นิยมในตลาดปัจจุบัน	3.79	0.736	มาก
7. เชื่อว่าการดื่มชาเขียวเป็นประจำจะทำให้สุขภาพดี	3.19	1.156	ปานกลาง
8. วัฒนธรรมการบริโภคที่ได้รับจากการดื่มชาของชาวจีนและชาวญี่ปุ่น	4.54	0.671	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	3.79	0.479	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านทัศนคติ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.479) เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ กระแสความต้องการและนิยมสินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติมีมาก ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.624) และวัฒนธรรมการบริโภคที่ได้รับจากการดื่มชาของชาวจีนและชาวญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.671) เป็นปัจจัยที่มีอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา บุคคลส่วนใหญ่ในสังคมนิยมดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมากขึ้น ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.764) และอันดับสุดท้ายคือ เป็นที่นิยมในตลาดปัจจุบัน ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.736)

ตาราง 10 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในภาพรวม

ภาพรวม	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.26	0.673	ปานกลาง
2. ด้านราคา	2.77	0.594	ปานกลาง
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.54	0.440	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.09	0.529	ปานกลาง
5. ด้านทัศนคติ	3.79	0.479	มาก
รวมเฉลี่ย	3.29	0.468	ปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.468) เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติมีผลต่อการบริโภค ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.479) รองลงมา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.440) และอันดับสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.673)

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มโดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังแสดงในตาราง 11 – 21 ดังนี้

ตาราง 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม	เพศชาย (n=157)		เพศหญิง (n=243)		t	p
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
	1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.52	0.698	3.09		
2. ด้านราคา	2.92	0.690	2.67	0.501	3.881	.000***
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.65	0.380	3.46	0.461	4.434	.004**

ตาราง 11 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม	เพศชาย (n=157)		เพศหญิง (n=243)		t	p
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.31	0.468	2.96		
5. ด้านทัศนคติ	3.94	0.511	3.69	0.432	4.980	.007**
รวมเฉลี่ย	3.47	0.486	3.17	0.419	6.194	.039*

$p^* \leq .05$, $p^{**} \leq .01$, $p^{***} \leq .001$

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ ในภาพรวมเพศชายและเพศหญิง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อเปรียบเทียบรายด้านพบว่า ด้านการจัดจำหน่าย และด้านทัศนคติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ตาราง 12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	14.086	3	4.695	11.150	.000***
	ภายในกลุ่ม	166.767	396	0.421		
	รวม	180.854	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	8.386	3	2.795	8.341	.000***
	ภายในกลุ่ม	132.725	396	0.335		
	รวม	141.111	399			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.193	3	0.731	3.843	.010**
	ภายในกลุ่ม	75.313	396	0.190		
	รวม	77.506	399			

ตาราง 12 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.553	3	1.518	5.609	.001***
	ภายในกลุ่ม	107.156	396	0.271		
	รวม	111.709	399			
5. ด้านทัศนคติ	ระหว่างกลุ่ม	7.028	3	2.343	10.937	.000***
	ภายในกลุ่ม	84.817	396	0.214		
	รวม	91.845	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.151	3	1.384	6.561	.000***
	ภายในกลุ่ม	83.509	396	0.211		
	รวม	87.659	399			

p ** ≤ .01, p *** ≤ .001

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุ ในภาพรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านทัศนคติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนด้านการจัดจำหน่าย ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's test) ได้ผลแสดงดังตาราง 13

ตาราง 13 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม		อายุ			
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
1.ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	3.33	3.18	3.52	3.01
	ต่ำกว่า 20 ปี	3.33	0.146	0.186*	0.323***
	20 – 30 ปี	3.18		0.333***	0.176
	31 – 40 ปี	3.52			
	มากกว่า 40 ปี	3.01			

ตาราง 13 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม		อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
2. ด้านราคา	\bar{X}	2.80	2.97	2.72	2.57	
	ต่ำกว่า 20 ปี	2.80	0.176*	0.073	0.226**	
	20 – 30 ปี	2.97		0.250**	0.402***	
	31 – 40 ปี	2.72			0.152	
	มากกว่า 40 ปี	2.57				
3. ด้านการจัดจำหน่าย	\bar{X}	3.64	3.48	3.57	3.45	
	ต่ำกว่า 20 ปี	3.64	0.158*	0.065	0.185**	
	20 – 30 ปี	3.48		0.092	0.027	
	31 – 40 ปี	3.57			0.120	
	มากกว่า 40 ปี	3.45				
4. ด้านการส่งเสริม						
	การตลาด	\bar{X}	3.17	3.03	3.22	2.95
	ต่ำกว่า 20 ปี	3.17	0.138	0.048	0.219**	
	20 – 30 ปี	3.03		0.186*	0.080	
	31 – 40 ปี	3.22			0.267***	
มากกว่า 40 ปี	2.95					
5. ด้านทัศนคติ						
			3.76	3.70	4.01	3.68
	ต่ำกว่า 20 ปี	3.76	0.061	0.252***	0.077	
	20 – 30 ปี	3.70		0.313***	0.016	
	31 – 40 ปี	4.01			0.330***	
มากกว่า 40 ปี	3.68					
ภาพรวม	\bar{X}	3.34	3.27	3.41	3.13	
	ต่ำกว่า 20 ปี	3.34	0.065	0.069	0.206**	
	20 – 30 ปี	3.27		0.135*	0.140*	
	31 – 40 ปี	3.41			0.276***	
	มากกว่า 40 ปี	3.13				

p * ≤ .05, p ** ≤ .01, p *** ≤ .001

จากตาราง 13 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอายุ 20 – 30 ปี กับ 31 – 40 ปี และมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอายุ 31 – 40 ปี กับอายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 31 – 40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอายุต่ำกว่า 20 ปี กับมากกว่า 40 ปี และอายุ 20 – 30 ปี กับอายุ 31 – 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านราคา เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 20 – 30 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อายุ 20 – 30 ปี กับอายุ 31 – 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และกับอายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านการจัดจำหน่าย เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 20 – 30 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อายุ 20 – 30 ปี กับอายุ 31 – 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอายุ 31 – 40 ปี กับอายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านทัศนคติ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี กับ 20 – 30 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 20 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และอายุ 31 – 40 ปี กับอายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ตาราง 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
บริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.327	2	2.164	4.866	.008**
	ภายในกลุ่ม	176.527	397	0.445		
	รวม	180.854	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.966	2	1.983	5.741	.003**
	ภายในกลุ่ม	137.145	397	0.345		
	รวม	141.111	399			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.166	2	1.083	5.708	.004**
	ภายในกลุ่ม	75.339	397	0.190		
	รวม	77.506	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.313	2	1.656	6.066	.003**
	ภายในกลุ่ม	108.396	397	0.273		
	รวม	111.709	399			
5. ด้านทัศนคติ	ระหว่างกลุ่ม	2.713	2	1.356	6.042	.003**
	ภายในกลุ่ม	89.132	397	0.225		
	รวม	91.845	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.258	2	0.629	2.890	.057
	ภายในกลุ่ม	86.402	397	0.218		
	รวม	87.659	399			

p ** ≤ .01

จากตาราง 14 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของ
ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียว
พร้อมดื่มแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม
การตลาด และด้านทัศนคติ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพบ

นัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's test) ได้ผลแสดงดังตาราง 15

ตาราง 15 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		สถานภาพสมรส		
		โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	3.33	3.21	2.92
	โสด	3.33	0.119	0.407**
	สมรส	3.21		0.287*
	หม้าย / หย่าร้าง	2.92		
2. ด้านราคา	\bar{X}	2.85	2.65	2.64
	โสด	2.85	0.199***	0.213
	สมรส	2.65		0.014
	หม้าย / หย่าร้าง	2.64		
3. ด้านการจัดจำหน่าย	\bar{X}	3.60	3.48	3.35
	โสด	3.60	0.117*	0.246**
	สมรส	3.48		0.128
	หม้าย / หย่าร้าง	3.35		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	3.16	2.98	3.20
	โสด	3.16	0.184***	0.035
	สมรส	2.98		0.219
	หม้าย / หย่าร้าง	3.20		
5. ด้านทัศนคติ	\bar{X}	3.73	3.89	3.66
	โสด	3.73	0.158*	0.077
	สมรส	3.89		0.236*
	หม้าย / หย่าร้าง	3.66		

$p^* \leq .05$, $p^{**} \leq .01$, $p^{***} \leq .001$

จากตาราง 15 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า สถานภาพโสด กับสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สถานภาพสมรส กับสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านราคา เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า สถานภาพโสด กับสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านการจัดจำหน่าย เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า สถานภาพโสด กับสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สถานภาพโสด กับสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า สถานภาพโสด กับสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านทัศนคติ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า สถานภาพโสด กับสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สถานภาพสมรส กับสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	39.351	4	9.838	27.462	.000***
	ภายในกลุ่ม	141.502	395	0.358		
	รวม	180.854	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	27.489	4	6.872	23.891	.000***
	ภายในกลุ่ม	113.622	395	0.288		
	รวม	141.111	399			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.693	4	1.673	9.333	.000***
	ภายในกลุ่ม	70.813	395	0.179		
	รวม	77.506	399			

ตาราง 16 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	33.080	4	8.270	41.544	.000***
	ภายในกลุ่ม	78.629	395	0.199		
	รวม	111.709	399			
5. ด้านทัศนคติ	ระหว่างกลุ่ม	16.519	4	4.130	21.656	.000***
	ภายในกลุ่ม	75.326	395	0.191		
	รวม	91.845	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	20.450	4	5.112	30.046	.000***
	ภายในกลุ่ม	67.210	395	0.170		
	รวม	87.659	399			

p *** ≤ .001

จากตาราง 16 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านทัศนคติ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe's test) ได้ผลแสดงดังตาราง 17

ตาราง 17 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม	X	ระดับการศึกษา				
		ต่ำกว่า มัธยม ศึกษาตอน ปลาย	มัธยม ศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. ด้านผลิตภัณฑ์		2.15	3.82	3.07	3.16	3.39
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2.15		1.666***	0.923***	1.013***	1.242***
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.82			0.743***	0.653***	0.423***
อนุปริญญา / ปวส.	3.07				0.090	0.319***
ปริญญาตรี	3.16					0.229**
สูงกว่าปริญญาตรี	3.39					
2. ด้านราคา		2.00	3.24	2.59	2.87	2.58
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2.00		1.242***	0.598***	0.878***	0.588***
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.24			0.644***	0.364***	0.654***
อนุปริญญา / ปวส.	2.59				0.279***	0.010
ปริญญาตรี	2.87					0.289***
สูงกว่าปริญญาตรี	2.58					
3. ด้านการจัดจำหน่าย		3.14	3.77	3.39	3.57	3.51
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	3.14		0.630***	0.255*	0.433***	0.375**
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.77			0.374***	0.197**	0.255***
อนุปริญญา / ปวส.	3.39				0.177**	0.119
ปริญญาตรี	3.57					0.057
สูงกว่าปริญญาตรี	3.51					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด		2.09	3.63	2.86	3.08	3.12
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2.09		1.542***	0.774***	0.998***	1.035***
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.63			0.767***	0.543***	0.506***
อนุปริญญา / ปวส.	2.86				0.224***	0.260***
ปริญญาตรี	3.08					0.036
สูงกว่าปริญญาตรี	3.12					

ตาราง 17 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม	\bar{X}	ระดับการศึกษา				
		ต่ำกว่า มัธยม ศึกษาตอน ปลาย	มัธยม ศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
5. ด้านทัศนคติ		3.25	4.09	3.52	3.90	3.71
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนปลาย	3.25		0.844***	0.270*	0.653***	0.463***
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	4.09			0.573***	0.191**	0.380***
อนุปริญญา / ปวส.	3.52				0.382***	0.193**
ปริญญาตรี	3.90					0.189***
สูงกว่าปริญญาตรี	3.71					
ภาพรวม		2.52	3.71	3.09	3.32	3.26
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนปลาย	2.52		1.185***	0.564***	0.795***	0.741***
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.71			0.620***	0.390***	0.444***
อนุปริญญา / ปวส.	3.09				0.230***	0.176**
ปริญญาตรี	3.32					0.054
สูงกว่าปริญญาตรี	3.26					

$p^* \leq .05$, $p^{**} \leq .01$, $p^{***} \leq .001$

จากตาราง 17 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านภาพรวม ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย กับระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. กับระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. กับมีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. กับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย กับระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. กับระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. กับระดับการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ระดับการศึกษาปริญญาตรี กับระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ตาราง 18 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	31.991	3	10.664	28.368	.000***
	ภายในกลุ่ม	148.863	396	0.376		
	รวม	180.854	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	25.659	3	8.553	29.337	.000***
	ภายในกลุ่ม	115.452	396	0.292		
	รวม	141.111	399			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	8.536	3	2.845	16.337	.000***
	ภายในกลุ่ม	68.970	396	0.174		
	รวม	77.506	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	18.487	3	6.162	26.178	.000***
	ภายในกลุ่ม	93.222	396	0.235		
	รวม	111.709	399			
5. ด้านทัศนคติ	ระหว่างกลุ่ม	8.015	3	2.672	12.620	.000***
	ภายในกลุ่ม	83.831	396	0.212		
	รวม	91.845	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	15.062	3	5.021	27.387	.000***
	ภายในกลุ่ม	72.597	396	0.183		
	รวม	87.659	399			

$p^{***} \leq .001$

จากตาราง 18 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใน

ภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านทัศนคติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's test) ได้ผลแสดงดังตาราง 19

ตาราง 19 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
1. ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	3.81	3.52	3.09	3.02
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.81	0.286**	0.720***	0.728***
	5,000 – 10,000 บาท	3.52		0.433***	0.501***
	10,001 – 20,000 บาท	3.09			0.067
	20,000 บาทขึ้นไป	3.02			
2. ด้านราคา	\bar{X}	3.09	3.07	2.48	2.61
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.09	0.019	0.613***	0.477***
	5,000 – 10,000 บาท	3.07		0.593***	0.458***
	10,001 – 20,000 บาท	2.48			0.135
	20,000 บาทขึ้นไป	2.61			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	\bar{X}	3.87	3.62	3.35	3.49
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.87	0.251***	0.520***	0.381***
	5,000 – 10,000 บาท	3.62		0.268***	0.130*
	10,001 – 20,000 บาท	3.35			0.138*
	20,000 บาทขึ้นไป	3.49			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	3.55	3.27	2.89	2.96
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.55	0.277**	0.656***	0.591***
	5,000 – 10,000 บาท	3.27		0.379***	0.314***
	10,001 – 20,000 บาท	2.89			0.064
	20,000 บาทขึ้นไป	2.96			

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
5. ด้านทัศนคติ	\bar{X}	4.01	3.82	3.53	3.83
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.01		0.185*	0.481***	0.172*
5,000 – 10,000 บาท	3.82			0.295***	0.013
10,001 – 20,000 บาท	3.53				0.308***
20,000 บาทขึ้นไป	3.83				
ภาพรวม	\bar{X}	3.66	3.46	3.07	3.18
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.66		0.203**	0.598***	0.482***
5,000 – 10,000 บาท	3.46			0.394***	0.278***
10,001 – 20,000 บาท	3.07				0.115*
20,000 บาทขึ้นไป	3.18				

$p^* \leq .05$, $p^{**} \leq .01$, $p^{***} \leq .001$

จากตาราง 19 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และ 20,000 บาทขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ตาราง 20 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
บริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
โดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	11.916	4	2.979	6.965	.000***
	ภายในกลุ่ม	168.938	395	0.428		
	รวม	180.854	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	9.758	4	2.440	7.336	.000***
	ภายในกลุ่ม	131.353	395	0.333		
	รวม	141.111	399			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.643	4	0.411	2.138	.075
	ภายในกลุ่ม	75.863	395	0.192		
	รวม	77.506	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.371	4	1.343	4.987	.001***
	ภายในกลุ่ม	106.338	395	0.269		
	รวม	111.709	399			
5. ด้านทัศนคติ	ระหว่างกลุ่ม	6.312	4	1.578	7.287	.000***
	ภายในกลุ่ม	85.534	395	0.217		
	รวม	91.845	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.401	4	0.600	2.781	.027*
	ภายในกลุ่ม	85.259	395	0.216		
	รวม	87.659	399			

$p^* \leq .05$, $p^{***} \leq .001$

จากตาราง 20 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านทัศนคติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's test) ได้ผลแสดงดังตาราง 21

ตาราง 21 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของนัยสำคัญแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		อาชีพ				
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	อื่นๆ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	3.49	3.29	3.01	3.30	3.54
นักเรียน/นักศึกษา	3.49		0.195	0.476***	0.186	0.052
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.29			0.281**	0.008	0.247
พนักงานบริษัทเอกชน	3.01				0.290***	0.528***
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.30					0.238
อื่นๆ	3.54					
2. ด้านราคา	\bar{X}	2.92	2.50	2.90	2.71	2.94
นักเรียน/นักศึกษา	2.92		0.416***	0.016	0.201*	0.019
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.50			0.399***	0.214**	0.435**
พนักงานบริษัทเอกชน	2.90				0.185*	0.035
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	2.71					0.221
อื่นๆ	2.94					
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	3.22	3.13	2.91	3.15	3.22
นักเรียน/นักศึกษา	3.22		0.089	0.306***	0.070	0.002
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.13			0.216**	0.018	0.091
พนักงานบริษัทเอกชน	2.91				0.235***	0.308*
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.15					0.073
อื่นๆ	3.22					

ตาราง 21 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม		อาชีพ				
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ กิจการ	อื่นๆ
ด้านทัศนคติ	\bar{X}	3.78	3.58	3.76	3.93	3.80
นักเรียน/นักศึกษา	3.78		0.199*	0.020	0.156*	0.027
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.58			0.178**	0.356***	0.226*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.76				0.177**	0.048
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.93					0.129
อื่นๆ	3.80					
ภาพรวม	\bar{X}	3.39	3.22	3.20	3.33	3.42
นักเรียน/นักศึกษา	3.39		0.173*	0.191**	0.067	0.023
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.22			0.018	0.106	0.196
พนักงานบริษัทเอกชน	3.20				0.124*	0.215
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.33					0.090
อื่นๆ	3.42					

p * ≤ .05, p ** ≤ .01, p *** ≤ .001

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า อาชีพนักเรียน / นักศึกษา กับอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพนักเรียน / นักศึกษา กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า อาชีพนักเรียน / นักศึกษา กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

