

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม  
ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

พงษ์ศักดิ์ ธาราภูมิ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี  
ปีการศึกษา 2551  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี อนุมัติวิทยานิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค  
ชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เสนอโดย นายพงษ์ศักดิ์ ชาราภูมิ  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

.....รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา

(นายตระกูล จันทสุนทร)

วันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2552

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาสนี ศิริโกคาภิรมย์)

.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันดา เพิ่มศิริ)

.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัสสรต์ศิริ อภิยาหอม)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ  
(ดร.เพ็ญจันทร์ ศิริพานิชกร)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วนิตา เพิ่มศิริ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัสสรศศิรี อภิยาหอม
ชื่อนักศึกษา	พงษ์ศักดิ์ ชารากุมิ
สาขาวิชา	การจัดการทั่วไป
ปีการศึกษา	2551

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนโดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษาครั้งนี้จากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 263,589 คน รวมทั้งหมด 400 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างตัวอย่างแบบโควตา เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างโดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน และมีค่าความเชื่อมั่น 0.94 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติพรรณนาที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าสถิติทดสอบที (t-test) การทดสอบค่าเอฟ (F-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe's test)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้บริโภคชาเขียวพร้อมดื่มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ด้านอายุได้ทำการศึกษาโดยแบ่งกลุ่มตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ช่วงละเท่าๆ กัน มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป และมีอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ
2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพศและอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

Thesis Title	Factors Affecting Consumers' Decision on Drinking Green Tea at Muang District, Lop Buri Province
Thesis Advisor	Asst. Prof. Wanida Phemsiri Asst. Prof. Phassasi Apiyahom
Name	Phongsak Taraphoom
Concentration	General Management
Academic Year	2008

### ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study the factors affecting consumers' decision on drinking green tea in Muang District, Lop Buri Province, 2) compare the factors affecting consumers' decision on drinking green tea when the sample was classified by gender, age, educational level, occupation, monthly income, and marital status. The sample group was a random sample of 400 people from a population of 263,589 in Muang District, Lop Buri Province. A questionnaire employed for collecting data was constructed by 5 experts with a reliability of 0.94. Data were used to calculate percentage, mean ( $\bar{X}$ ), standard deviation (S.D.), t-test, F-test, one-way Anova, and Scheffe's method.

The findings are as follows:

1. the consumers were mostly single female with bachelor degrees. They had an income of more than 20,000 baht per month. They were mostly business owners.
2. when the sample was classified by marital status, all factors had no statistically significant effect on consumers' decision on drinking green tea. Classified by gender and occupation, the consumer's decision was affected by the factors with a statistically significant difference at the level of 0.05. Classified by age, educational level, and monthly income, the consumer's decision was affected by the factors with a statistically significant difference at the level of 0.001.

## ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีภายใต้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วนิตา เพิ่มศิริ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัสสรศศิรี อภิยาหอม กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ที่ให้ความอนุเคราะห์ให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย จนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อย ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนิดา ภูแดง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชมนาด มั่นสัมฤทธิ์ รองศาสตราจารย์สาคร กล้าหาญ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ คชา ศัยยกุลที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์ รวมทั้งคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีทุกท่านที่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ และกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นเครื่องสักการะคุณแต่บิดา มารดา ครูอาจารย์ทุก ๆ ท่านที่กรุณาให้ความเมตตาวางรากฐานการศึกษาให้แก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

พงษ์ศักดิ์ ชาราภูมิ

## สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ความรู้เกี่ยวกับชาเขียว.....	10
ประวัติของใบชา.....	10
ชนิดของชา และกระบวนการผลิต.....	10
ประโยชน์ของชาเขียว.....	11
สถานการณ์ตลาดชาเขียวพร้อมดื่ม.....	12
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	15
พฤติกรรมของผู้ซื้อ.....	18
รูปแบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ.....	21
ความหมายของการตัดสินใจ.....	21
กระบวนการการตัดสินใจซื้อ.....	21
การตัดสินใจซื้อภายใต้เป้าหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	23
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	25
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม.....	28
ด้านผลิตภัณฑ์.....	28
ด้านราคา.....	33

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
ด้านการจัดจำหน่าย.....	39
ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	45
ด้านทัศนคติ.....	49
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	55
งานวิจัยในประเทศ.....	55
งานวิจัยต่างประเทศ.....	59
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	61
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	61
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	61
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	62
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	97
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	97
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	97
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	97
สรุปผลการวิจัย.....	98
อภิปรายผล.....	99
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	103
บรรณานุกรม.....	104

	หน้า
ภาคผนวก.....	108
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	109
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย.....	116
ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์.....	123

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตาราง 1	ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	68
ตาราง 2	ข้อมูลการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม.....	69
ตาราง 3	แหล่งที่ซื้อชาเขียวพร้อมดื่ม.....	70
ตาราง 4	เหตุผลที่เลือกซื้อชาเขียวพร้อมดื่ม.....	71
ตาราง 5	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านผลิตภัณฑ์.....	71
ตาราง 6	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านราคา.....	73
ตาราง 7	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการจัดจำหน่าย.....	74
ตาราง 8	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	75
ตาราง 9	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านทัศนคติ.....	76
ตาราง 10	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในภาพรวม.....	77
ตาราง 11	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ.....	77
ตาราง 12	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุ.....	78
ตาราง 13	ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจ บริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ.....	79
ตาราง 14	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค เครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	82

ตาราง 15	ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	83
ตาราง 16	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	84
ตาราง 17	ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	86
ตาราง 18	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	89
ตาราง 19	ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	90
ตาราง 20	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ.....	93
ตาราง 21	ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	94

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
ภาพ 2 องค์ประกอบของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด.....	47

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี