

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้จัดลำดับการนำเสนอ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (sample)
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบที (t - test)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบเอฟ (F - test)
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (degrees of freedom)
SS	แทน	ค่าผลรวมกำลังสอง (sum of squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง (mean squares)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
***	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001
p> .05	แทน	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้  
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ได้แก่ 1) ด้านทำเลที่ตั้ง 2) ด้านการออกแบบร้านค้า 3) ด้านการตั้งราคา 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านการให้บริการลูกค้า และ 6) ด้านผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ โดยการหาค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	167	41.75
หญิง	233	58.25
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	38	9.50
20 – 30 ปี	81	20.25
31 – 40 ปี	106	26.50
41 – 50 ปี	96	24.00
มากกว่า 50 ปี	79	19.75
3. สถานภาพสมรส		
โสด	140	35.00
สมรส	118	29.50
หม้าย/หย่าร้าง	85	21.25
แยกกันอยู่	57	14.25

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
<b>4. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	122	30.50
ปริญญาตรี	239	59.75
สูงกว่าปริญญาตรี	39	9.75
<b>5. อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	46	11.50
รับจ้าง	62	15.50
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	68	17.00
พนักงานบริษัทเอกชน	124	31.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	65	16.25
แม่บ้าน/เกษตรกร	32	8.00
อื่น ๆ	3	0.75
<b>6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	101	25.25
5,000 – 10,000 บาท	141	35.25
10,001 – 15,000 บาท	105	26.25
มากกว่า 15,000 บาท	53	13.25
<b>7. ประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ</b>		
เซเว่นอีเลฟเว่น	119	29.75
108 ซุป	62	15.50
แฟมิลี่มาร์ท	43	10.75
วีซีเอฟ	56	14.00
มินิมาร์ทในปั้มน้ำมัน	68	17.00
โลตัสเอกซ์เพรส	52	13.00

จากตาราง 3 พบว่า ลูกค้าของร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อ จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.25 มีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 35.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.75 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

คิดเป็นร้อยละ 31.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.25 และร้านค้าที่ใช้บริการ เป็นร้านเซเว่นอีเลฟเว่น คิดเป็น ร้อยละ 29.75

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ได้แก่ 1) ด้านทำเลที่ตั้ง 2) ด้านการออกแบบร้านค้า 3) ด้านการตั้งราคา 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านการให้บริการลูกค้า และ 6) ด้านผลิตภัณฑ์

2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในตาราง 4 – 10

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. การคมนาคมสะดวก อยู่ติดหรือใกล้กับถนนสายสำคัญ ๆ หลายสาย	3.67	0.84	มาก
2. ลูกค้าสามารถเข้า – ออก ได้สะดวก	3.20	0.95	ปานกลาง
3. อยู่ใกล้บ้าน	3.46	1.02	ปานกลาง
4. มีที่จอดรถเพียงพอ	3.67	0.95	มาก
ภาพรวม	3.50	0.94	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.94) โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.95) และการคมนาคมสะดวก อยู่ติดหรือใกล้กับถนนสายสำคัญ ๆ หลายสาย ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.84) และอยู่ใกล้บ้าน ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 1.02)

ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ลูกค้าสามารถเข้า – ออก ได้สะดวก ( $\bar{X} = 3.20$ , S.D. = 0.95)

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านการออกแบบร้านค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. การออกแบบร้านค้าสวยงามและน่าสนใจ	3.63	1.18	มาก
2. การจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่	3.81	0.89	มาก
3. การจัดวางสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันไว้ใกล้กัน ทำให้สะดวกต่อการซื้อสินค้า	3.61	0.89	มาก
ภาพรวม	3.68	0.99	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 0.99) โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 0.89) การออกแบบร้านค้าสวยงามและน่าสนใจ ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 1.18) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การจัดวางสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันไว้ใกล้กัน ทำให้สะดวกต่อการซื้อสินค้า ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.89)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านการตั้งราคา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์	3.73	0.79	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
2. การซื้อสินค้าชำระโดยบัตรเครดิตหรือให้เครดิตจ่าย ภายหลัง	3.64	1.03	มาก
ภาพรวม	3.69	0.91	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 0.91) โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 0.79) การซื้อสินค้าชำระโดยบัตรเครดิตหรือให้เครดิตจ่ายภายหลัง ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 1.03)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีการออกบัตรสะสมซื้อ เพื่อนำมาแลกสินค้าได้	3.71	0.91	มาก
2. มีการรับประกันคุณภาพ หรือหากไม่พอใจยินดี คืนเงิน	4.10	0.85	มาก
3. มีการให้ของแถมหรือของรางวัล	3.84	1.11	มาก
4. มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.60	1.19	มาก
5. การลดราคาในช่วงเทศกาลพิเศษ เช่น เทศกาล ปีใหม่ เทศกาลเปิดเทอม เป็นต้น	3.75	1.21	มาก
6. มีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์และวิทยุ	3.97	1.01	มาก
ภาพรวม	3.83	1.05	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = 1.05) โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพ หรือหากไม่พอใจยินดีคืนเงิน ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.85) มีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์และวิทยุ ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 1.01) และมีการให้ของแถมหรือของรางวัล ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 1.11) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ มีการแจกสินค้าตัวอย่าง ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 1.19)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านการให้บริการลูกค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. พนักงานชายมีความกระตือรือร้นและมีน้ำใจในการให้บริการ	4.01	0.83	มาก
2. พนักงานชายแต่งกายสุภาพเรียบร้อยเหมาะสม	4.22	0.90	มาก
3. การให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว	4.05	1.12	มาก
4. ความเป็นกันเองในการให้บริการแก่ลูกค้า	4.21	0.89	มาก
5. สร้างความเป็นมิตรกับลูกค้า	3.97	0.87	มาก
6. การพูดจาและกริยามารยาทเหมาะสม	4.13	1.11	มาก
ภาพรวม	4.10	0.95	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.95) โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ พนักงานชายแต่งกายสุภาพเรียบร้อยเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D. = 0.90) ความเป็นกันเองในการให้บริการแก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.89) และการพูดจาและกริยามารยาทเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 1.11) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ สร้างความเป็นมิตรกับลูกค้า ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.87)

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ตราสินค้าหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	4.45	0.71	มาก
2. บรรจุภัณฑ์และรูปร่างผลิตภัณฑ์น่าใช้	4.32	0.54	มาก
3. มีรายละเอียดบนป้ายฉลากสินค้าที่ชัดเจน	4.18	0.67	มาก
ภาพรวม	4.32	0.64	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.64) โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ตราสินค้าหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ( $\bar{X} = 4.45$ , S.D. = 0.71) บรรจุภัณฑ์และรูปร่างผลิตภัณฑ์น่าใช้ ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.54) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ มีรายละเอียดบนป้ายฉลากสินค้าที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = 0.67)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.50	0.76	มาก
2. ด้านการออกแบบร้านค้า	3.68	0.79	มาก
3. ด้านการตั้งราคา	3.68	0.70	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.83	0.72	มาก
5. ด้านการให้บริการลูกค้า	4.10	0.56	มาก

ตาราง 10 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
6. ด้านผลิตภัณฑ์	4.32	0.51	มาก
ภาพรวม	3.85	0.67	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 0.67) โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.51) ด้านการให้บริการลูกค้า ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.56) และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = 0.72) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.76)

**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

3.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกเพศ 2 กลุ่ม คือ เพศชาย และเพศหญิง โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในตาราง 11

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ชาย (n=167)		หญิง (n=233)		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	1. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.36	0.94	3.59		

ตาราง 11 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ชาย (n=167)		หญิง (n=233)		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
2. ด้านการออกแบบร้านค้า	3.73	0.71	3.65	0.84	0.994	.000***
3. ด้านการตั้งราคา	3.79	0.68	3.61	0.72	2.569	.113
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92	0.77	3.76	0.68	2.288	.132
5. ด้านการให้บริการลูกค้า	4.01	0.53	4.17	0.57	2.845	.162
6. ด้านผลิตภัณฑ์	4.29	0.52	4.34	0.50	0.870	.844
ภาพรวม	3.85	0.69	3.85	0.65	2.095	.209

\*\*\*p&lt;.001

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามเพศ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายค้านพบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการให้บริการลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

3.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกอายุ 5 กลุ่ม คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี, อายุ 20 – 30 ปี, อายุ 31 – 40 ปี, อายุ 41 – 50 ปี และ มากกว่า 50 ปี โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในตาราง 12

ตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	50.873	4	12.718	28.115	.000***
	ภายในกลุ่ม	178.686	395	0.452		
	รวม	229.559	399			
2. ด้านการออกแบบร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	82.682	4	20.670	48.625	.000***
	ภายในกลุ่ม	167.914	395	0.425		
	รวม	250.596	399			
3. ด้านการตั้งราคา	ระหว่างกลุ่ม	50.822	4	12.706	34.074	.000***
	ภายในกลุ่ม	147.287	395	0.373		
	รวม	198.109	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	28.499	4	7.125	15.632	.000***
	ภายในกลุ่ม	180.029	395	0.456		
	รวม	208.528	399			
5. ด้านการให้บริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	32.605	4	8.151	34.906	.000***
	ภายในกลุ่ม	92.239	395	0.234		
	รวม	124.844	399			
6. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	32.564	4	8.141	45.865	.000***
	ภายในกลุ่ม	70.113	395	0.178		
	รวม	102.678	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	46.341	4	11.585	34.536	.000***
	ภายในกลุ่ม	139.378	395	0.353		
	รวม	185.719	399			

\*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามอายุ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการออกแบบร้านค้า ด้านการตั้งราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการลูกค้า และด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลดังตาราง 13 - 19

ตาราง 13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
		3.01	3.19	4.00	3.61	3.22
ต่ำกว่า 20 ปี	3.01	-	0.175	0.989***	0.601***	0.212
20 – 30 ปี	3.19		-	0.814***	0.426***	0.036
31 – 40 ปี	4.00			-	0.388***	0.778***
41 – 50 ปี	3.61				-	0.390***
มากกว่า 50 ปี	3.22					-

\*\*\* $p < .001$

จากตาราง 13 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามอายุ ลูกค้ายุคต่างอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี และกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี และกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามอายุ

อายุ	อายุ	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
	$\bar{X}$	2.96	3.54	4.36	3.33	3.68
ต่ำกว่า 20 ปี	2.96	-	0.587***	1.406***	0.370**	0.727***
20 – 30 ปี	3.54		-	0.818***	0.217*	0.140
31 – 40 ปี	4.36			-	1.035***	0.678***
41 – 50 ปี	3.33				-	0.357***
มากกว่า 50 ปี	3.68					-

\* $p \leq .05$  , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\* $p \leq .001$

จากตาราง 14 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามอายุ ลูกค้ายุคอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และลูกค้ายุคอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ .05 และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามอายุ

อายุ	อายุ	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
	$\bar{X}$	3.05	3.54	4.11	3.88	3.31
ต่ำกว่า 20 ปี	3.05	-	0.491***	1.061***	0.822***	0.258*
20 – 30 ปี	3.54		-	0.570***	0.332***	0.233*
31 – 40 ปี	4.11			-	0.238**	0.803***
41 – 50 ปี	3.88				-	0.565***
มากกว่า 50 ปี	3.31					-

\* $p \leq .05$  , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\* $p \leq .001$

จากตาราง 15 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามอายุ ลูกค้ายุคอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .001 และกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

อายุ	อายุ	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
	$\bar{X}$	3.54	3.85	3.99	4.10	3.38
ต่ำกว่า 20 ปี	3.54	-	0.310*	0.453***	0.556***	0.156
20 – 30 ปี	3.85		-	0.142	0.246*	0.466***
31 – 40 ปี	3.99			-	0.103	0.608***
41 – 50 ปี	4.10				-	0.712***
มากกว่า 50 ปี	3.38					-

\* $p < .05$  , \*\*\* $p < .001$

จากตาราง 16 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ ลูกค้ายุคอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .001 และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้า จำแนกตามอายุ

อายุ	อายุ	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
	$\bar{X}$	4.53	3.61	4.10	4.12	4.37
ต่ำกว่า 20 ปี	4.53	-	0.924***	0.435***	0.407***	0.159

ตาราง 17 (ต่อ)

อายุ	$\bar{X}$	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
		4.53	3.61	4.10	4.12	4.37
20 – 30 ปี	3.61		-	0.489***	0.516***	0.764***
31 – 40 ปี	4.10			-	0.027	0.275***
41 – 50 ปี	4.12				-	0.248**
มากกว่า 50 ปี	4.37					-

\*\*p&lt;.01, \*\*\*p&lt;.001

จากตาราง 17 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้า จำแนกตามอายุ ลูกค้ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
		4.68	3.95	4.53	4.04	4.57
ต่ำกว่า 20 ปี	4.68	-	0.721***	0.147	0.634***	0.106
20 – 30 ปี	3.95		-	0.574***	0.087	0.615***
31 – 40 ปี	4.53			-	0.487***	0.041
41 – 50 ปี	4.04				-	0.528***

ตาราง 18 (ต่อ)

อายุ	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
$\bar{X}$	4.68	3.95	4.53	4.04	4.57
มากกว่า 50 ปี	4.57				-

\*\*\*p&lt;.001

จากตาราง 18 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ ลูกค้ายุคอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี และกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี และกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามอายุ

อายุ	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
$\bar{X}$	3.63	3.61	4.18	3.85	3.76
ต่ำกว่า 20 ปี	3.63	-	0.014	0.554***	0.218**
20 – 30 ปี	3.61	-	0.568***	0.232***	0.143**
31 – 40 ปี	4.18		-	0.336***	0.425***
41 – 50 ปี	3.85			-	0.089
มากกว่า 50 ปี	3.76				-

\*\*p&lt;.01, \*\*\*p&lt;.001

จากตาราง 19 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามอายุ ลูกค้ายุคอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กับกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

3.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกสถานภาพสมรส 4 กลุ่ม คือ โสด, สมรส, หม้าย/หย่าร้าง และแยกกันอยู่ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังแสดงในตาราง 20

ตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	19.645	3	6.548	12.353	.000***
	ภายในกลุ่ม	209.914	396	0.530		
	รวม	229.559	399			
2. ด้านการออกแบบร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	9.065	3	3.022	4.954	.002**
	ภายในกลุ่ม	241.531	396	0.610		
	รวม	250.596	399			
3. ด้านการตั้งราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.539	3	1.513	3.096	.027*
	ภายในกลุ่ม	193.570	396	0.489		
	รวม	198.109	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.181	3	0.727	1.395	.244
	ภายในกลุ่ม	206.347	396	0.521		
	รวม	208.528	399			

ตาราง 20 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
5. ด้านการให้บริการ ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4.984	3	1.661	5.489	.001**
	ภายในกลุ่ม	119.860	396	0.303		
	รวม	124.844	399			
6. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	26.294	3	8.765	45.439	.000***
	ภายในกลุ่ม	76.384	396	0.193		
	รวม	102.678	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	11.118	3	3.706	12.121	.046*
	ภายในกลุ่ม	174.601	396	0.441		
	รวม	185.719	399			

\* $p \leq .05$  , \*\*  $p \leq .01$  , \*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 20 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด สพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ด้านการออกแบบร้านค้า และด้านการให้บริการลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการตั้งราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลดังตาราง 21 - 26

ตาราง 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส		สถานภาพสมรส			
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่
	$\bar{X}$	3.30	3.41	3.89	3.58
โสด	3.30	-	0.113	0.587***	0.285*
สมรส	3.41		-	0.474***	0.172
หม้าย/หย่าร้าง	3.89			-	0.302*
แยกกันอยู่	3.58				-

\* $p \leq .05$ , \*\*\* $p \leq .001$

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามสถานภาพสมรส ลูกค้ำกลุ่มสถานภาพสมรสโสด กับกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มสถานภาพสมรสโสด กับกลุ่มสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มสถานภาพสมรสแล้ว กับกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง กับกลุ่มสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส		สถานภาพสมรส			
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่
	$\bar{X}$	3.58	3.64	3.96	3.58
โสด	3.58	-	0.066	0.386***	0.000

ตาราง 22 (ต่อ)

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	สถานภาพสมรส			
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่
		3.58	3.64	3.96	3.58
สมรส	3.64		-	0.321**	0.065
หม้าย/หย่าร้าง	3.96			-	0.386**
แยกกันอยู่	3.58				-

\*\* $p \leq .01$ , \*\*\* $p \leq .001$ 

จากตาราง 22 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส ลูกค้ายกกลุ่มสถานภาพสมรสโสด กับกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มสถานภาพสมรสแล้ว กับกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง กับกลุ่มสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	สถานภาพสมรส			
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่
		3.60	3.75	3.59	3.89
โสด	3.60	-	0.146	0.012	0.286*
สมรส	3.75		-	0.158	0.140
หม้าย/หย่าร้าง	3.59			-	0.298*
แยกกันอยู่	3.89				-

\* $p \leq .05$

จากตาราง 23 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามสถานภาพสมรส ลูกค้ำกลุ่มสถานภาพสมรสโสด กับสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ และกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง กับกลุ่มสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	สถานภาพสมรส			
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่
	$\bar{X}$	3.98	4.11	4.29	4.09
โสด	3.98	-	0.129	0.307***	0.114
สมรส	4.11		-	0.178*	0.015
หม้าย/หย่าร้าง	4.29			-	0.193*
แยกกันอยู่	4.09				-

\* $p \leq .05$ , \*\*\* $p \leq .001$

จากตาราง 24 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส ลูกค้ำกลุ่มสถานภาพสมรสโสด กับกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มสถานภาพสมรสแล้ว กับสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง และกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง กับกลุ่มสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	สถานภาพสมรส			
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่
	$\bar{X}$	4.33	4.09	4.76	4.08
โสด	4.33	-	0.240***	0.431***	0.257***
สมรส	4.09		-	0.672***	0.017
หม้าย/หย่าร้าง	4.76			-	0.689***
แยกกันอยู่	4.08				-

\*\*\* $p \leq .001$

จากตาราง 25 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส ลูกค้ำกลุ่มสถานภาพสมรสโสด กับกลุ่มสถานภาพสมรสสมรสแล้ว กับกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง กับกลุ่มสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ และกลุ่มสถานภาพสมรสแล้ว กับกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง และกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง กับกลุ่มสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	สถานภาพสมรส			
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่
	$\bar{X}$	3.77	3.81	4.03	3.86
โสด	3.77	-	0.040	0.261***	0.088
สมรส	3.81		-	0.221***	0.048
หม้าย/หย่าร้าง	4.03			-	0.173*

ตาราง 26 (ต่อ)

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	สถานภาพสมรส			
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่
		3.77	3.81	4.03	3.86
แยกกันอยู่	3.86				-

\* $p \leq .05$ , \*\*\* $p \leq .001$ 

จากตาราง 26 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส ลูกค้ายกกลุ่มสถานภาพสมรสโสด กับกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง และกลุ่มสถานภาพสมรสแล้ว กับกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้าง กับกลุ่มสถานภาพสมรสแยกกันอยู่ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกระดับศึกษา 3 กลุ่ม คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังแสดงในตาราง 27

ตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ตำแหน่งที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	6.451	2	3.225	5.739	.003**
	ภายในกลุ่ม	223.108	397	0.562		
	รวม	229.559	399			

ตาราง 27 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
2. ด้านการออกแบบร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	34.365	2	17.182	31.547	.000***
	ภายในกลุ่ม	216.231	397	0.545		
	รวม	250.596	399			
3. ด้านการตั้งราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.278	2	1.139	2.309	.101
	ภายในกลุ่ม	195.831	397	0.493		
	รวม	198.109	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	42.787	2	21.394	51.244	.000***
	ภายในกลุ่ม	165.741	397	0.417		
	รวม	208.528	399			
5. ด้านการให้บริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4.250	2	2.125	6.996	.001**
	ภายในกลุ่ม	120.594	397	0.304		
	รวม	124.844	399			
6. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.333	2	0.166	0.645	.525
	ภายในกลุ่ม	102.345	397	0.258		
	รวม	102.678	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	15.077	2	7.539	16.413	.105
	ภายในกลุ่ม	170.642	397	0.430		
	รวม	185.719	399			

\*\*p&lt;.01, \*\*\* p&lt;.001

จากตาราง 27 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการให้บริการลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการออกแบบร้านค้า และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลดังตาราง 28 - 31

ตาราง 28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.60	3.40	3.78
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.60	—	0.196*	0.179
ปริญญาตรี	3.40		—	0.375**
สูงกว่าปริญญาตรี	3.78			—

\* $p \leq .05$ , \*\*  $p \leq .01$

จากตาราง 28 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านทำเลที่ตั้ง ลูกค้ายกกลุ่มระดับการศึกษาค่าต่ำกว่าปริญญาตรี กับกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี กับกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.24	3.87	3.90
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.24	—	0.633***	0.660***
ปริญญาตรี	3.87		—	0.027

ตาราง 29 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.24	3.87	3.90
สูงกว่าปริญญาตรี	3.90			—

\*\*\*  $p \leq .001$ 

จากตาราง 29 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการออกแบบร้านค้า ลูกค้ายกกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี กับกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.17	3.56	4.36
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.17	—	0.612***	0.191
ปริญญาตรี	3.56		—	0.803***
สูงกว่าปริญญาตรี	4.36			—

\*\*\*  $p \leq .001$ 

จากตาราง 30 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ายกกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี กับกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.02	4.18	3.87
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.02	—	0.158*	0.147
ปริญญาตรี	4.18		—	0.305**
สูงกว่าปริญญาตรี	3.87			—

\*p<.05, \*\* p<.01

จากตาราง 31 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการให้บริการลูกค้า ลูกค้ายกกลุ่มระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี กับกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี กับกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.5 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกอาชีพ 7 กลุ่ม คือ นักเรียน/นักศึกษา รับจ้าง กิจการส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน/เกษตรกร และอื่น ๆ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในตาราง 32

ตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	39.373	6	6.562	13.560	.000***
	ภายในกลุ่ม	190.185	393	0.484		
	รวม	229.559	399			
2. ด้านการออกแบบร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	73.637	6	12.273	27.256	.000***
	ภายในกลุ่ม	176.959	393	0.450		
	รวม	250.596	399			
3. ด้านการตั้งราคา	ระหว่างกลุ่ม	72.250	6	12.042	37.600	.000***
	ภายในกลุ่ม	125.860	393	0.320		
	รวม	198.109	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	48.706	6	8.118	19.961	.000***
	ภายในกลุ่ม	159.822	393	0.407		
	รวม	208.528	399			
5. ด้านการให้บริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	13.770	6	2.295	83.120	.000***
	ภายในกลุ่ม	111.074	393	0.283		
	รวม	124.844	399			
6. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	31.450	6	5.242	28.921	.000***
	ภายในกลุ่ม	71.228	393	0.181		
	รวม	102.678	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	46.531	6	7.755	22.570	.000***
	ภายในกลุ่ม	139.188	393	0.354		
	รวม	185.719	399			

\*\*\*  $p < .001$

จากตาราง 32 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการออกแบบร้านค้า ด้านการตั้งราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการลูกค้า และด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลดังตาราง 33 - 39

ตาราง 33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	อาชีพ						
	นักเรียน/นักศึกษา	รับจ้าง	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/เกษตรกร	อื่น ๆ
$\bar{X}$	3.42	3.55	3.26	3.24	4.02	4.00	2.75
นักเรียน/นักศึกษา	-	0.125	0.163	0.160	0.592***	0.576***	0.674
รับจ้าง		-	0.267*	0.304**	0.467***	0.452**	0.798
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย			-	0.017	0.754***	0.739***	0.511
พนักงานบริษัทเอกชน				-	0.771***	0.756***	0.494
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ					-	0.015	1.265
แม่บ้าน/เกษตรกร						-	1.250**
อื่น ๆ							-

\* $p \leq .05$ , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 33 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามอาชีพ ลูกค้านักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	อาชีพ	อาชีพ						
		นักเรียนนักศึกษา	รับจ้าง	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/เกษตรกร	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	2.72	3.90	3.91	3.46	4.10	4.13	4.00
นักเรียนนักศึกษา	2.72	-	1.181***	1.194***	0.740***	1.385***	1.408***	1.283**
รับจ้าง	3.90		-	0.014	0.441***	0.205	0.227	0.102
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	3.91			-	0.455***	0.191	0.213	0.088
พนักงานบริษัทเอกชน	3.46				-	0.646***	0.668***	0.543
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.10					-	0.022	0.103
แม่บ้าน/เกษตรกร	4.13						-	0.125
อื่น ๆ	4.00							-

\*\*p<.01, \*\*\* p<.001

จากตาราง 34 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามอาชีพ ลูกค้ายกกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขายกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	X̄	อาชีพ						
		นักเรียน/นักศึกษา	รับจ้าง	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/เกษตรกร	อื่น ๆ
นักเรียน/นักศึกษา	3.00	-	1.363***	0.588***	0.407***	1.062***	0.891***	0.000
รับจ้าง	4.36		-	0.775***	0.956***	0.301**	0.472***	1.363***
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	3.59			-	0.181*	0.473***	0.302*	0.588
พนักงานบริษัทเอกชน	3.41				-	0.654***	0.483***	0.407
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.06					-	0.171	1.062**
แม่บ้าน/เกษตรกร	3.89						-	0.891**
อื่น ๆ	3.00							-

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\* p<.001

จากตาราง 35 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามอาชีพ ลูกค้ำกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอาชีพ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร และกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ และกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	อาชีพ	อาชีพ						
		นักเรียน/นักศึกษา	รับจ้าง	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/เกษตรกร	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	3.76	3.42	3.78	3.67	4.43	4.30	2.67
นักเรียน/นักศึกษา	3.78	-	0.341**	0.022	0.089	0.871***	0.545***	1.091**
รับจ้าง	3.42		-	0.363**	0.251*	1.012***	0.885***	0.750*
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	3.78			-	0.111	0.649***	0.523***	1.113**

ตาราง 36 (ต่อ)

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ						
		นักเรียน/นักศึกษา	รับจ้าง	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/เกษตรกร	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	3.76	3.42	3.78	3.67	4.43	4.30	2.67
พนักงานบริษัทเอกชน	3.67				-	0.760***	0.634***	1.001**
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.43					-	0.126	1.762***
แม่บ้าน/เกษตรกร	4.30						-	1.635***
อื่น ๆ	2.67							-

\* $p \leq .05$ , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$ 

จากตาราง 36 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ ลูกค้ำกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพรับจ้าง และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ และกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร กับกลุ่มอาชีพอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้า จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	อาชีพ	อาชีพ						
		นักเรียน/นักศึกษา	รับจ้าง	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/เกษตรกร	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	4.54	4.08	4.13	4.09	3.85	3.96	4.33
นักเรียน/นักศึกษา	4.54	-	0.459***	0.412***	0.451***	0.889***	0.576***	0.207
รับจ้าง	4.08		-	0.047	0.008	0.229*	0.117	0.253
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	4.13			-	0.039	0.276**	0.164	0.208
พนักงานบริษัทเอกชน	4.09				-	0.237**	0.125	0.245
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.85					-	0.113	0.482
แม่บ้าน/เกษตรกร	3.96						-	0.370
อื่น ๆ	4.33							-

\* $p \leq .05$ , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 37 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้า จำแนกตามอาชีพ ลูกค้ากลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพ

ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	X	อาชีพ						
		นักเรียน/นักศึกษา	รับจ้าง	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/เกษตรกร	อื่น ๆ
นักเรียน/นักศึกษา	4.78	-	0.998***	0.481***	0.490***	0.319***	0.182	0.442
รับจ้าง	3.78		-	0.515***	0.505***	0.677***	0.814***	0.554*
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	4.29			-	0.009	0.162*	0.300**	0.039
พนักงานบริษัทเอกชน	4.28				-	0.172**	0.309***	0.048
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.46					-	0.137	0.123
แม่บ้าน/เกษตรกร	4.59						-	0.260
อื่น ๆ	4.33							-

\* $p \leq .05$ , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 38 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ ลูกค้ายุคกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .001

ตาราง 39 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	อาชีพ	อาชีพ						
		นักเรียน นักศึกษา	รับจ้าง	กิจการ ส่วนตัว/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/ เกษตรกร	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	3.70	3.85	3.83	3.69	4.15	4.15	3.51
นักเรียน นักศึกษา	3.70	-	0.145*	0.125	0.011	0.450***	0.444***	0.188
รับจ้าง	3.85		-	0.021	0.156**	0.305***	0.298***	0.334
กิจการ ส่วนตัว/ ค้าขาย	3.83			-	0.135*	0.326***	0.319***	0.313
พนักงาน บริษัท เอกชน	3.69				-	0.461***	0.454***	0.178
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.15					-	0.007	0.639**
แม่บ้าน/ เกษตรกร	4.15						-	0.632**
อื่น ๆ	3.51							-

\* $p \leq .05$ , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 39 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ ลูกค้ายกกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพรับจ้าง มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขายกับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มแม่บ้าน/เกษตรกร กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.6 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4 กลุ่ม คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแสดงในตาราง 40

ตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	22.845	3	7.615	14.588	.000***
	ภายในกลุ่ม	206.714	396	0.522		
	รวม	229.559	399			
2. ด้านการออกแบบร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	35.077	3	11.692	21.484	.000***
	ภายในกลุ่ม	215.519	396	0.544		
	รวม	250.596	399			
3. ด้านการตั้งราคา	ระหว่างกลุ่ม	29.070	3	9.690	22.701	.000***
	ภายในกลุ่ม	169.039	396	0.427		
	รวม	198.109	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.801	3	1.934	3.777	.011*
	ภายในกลุ่ม	202.726	396	0.512		
	รวม	208.528	399			
5. ด้านการให้บริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.882	3	0.961	3.119	.026*
	ภายในกลุ่ม	121.963	396	0.308		
	รวม	124.844	399			
6. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	6.553	3	2.184	8.999	.000***
	ภายในกลุ่ม	96.124	396	0.243		
	รวม	102.677	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	17.038	3	5.679	12.445	.006**
	ภายในกลุ่ม	168.681	396			
	รวม	185.719	399			

\* $p \leq .05$  , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 40 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณา

รายด้าน พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการออกแบบร้านค้า ด้านการตั้งราคา และด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธีของพิชเชอร์ ได้ผลดังตาราง 41 - 47

ตาราง 41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.44	-	0.201*	0.402***	0.163
5,000 – 10,000 บาท	3.24		-	0.604***	0.364**
10,001 – 15,000 บาท	3.84			-	0.239
มากกว่า 15,000 บาท	3.60				-

\* $p \leq 0.05$  , \*\* $p \leq 0.01$ , \*\*\*  $p \leq 0.001$

จากตาราง 41 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้ายกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .001 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ .01

ตาราง 42 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
	$\bar{X}$	3.22	3.69	3.89	4.10
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.22	-	0.466***	0.668***	0.876***
5,000 – 10,000 บาท	3.69		-	0.202*	0.410**
10,001 – 15,000 บาท	3.89			-	0.209
มากกว่า 15,000 บาท	4.10				-

\* $p \leq 0.05$  , \*\* $p \leq 0.01$ , \*\*\*  $p \leq 0.001$

จากตาราง 42 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้าย่อยรายรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01

ตาราง 43 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
	$\bar{X}$	3.47	3.94	3.38	4.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.47	-	0.469***	0.094	0.530***
5,000 – 10,000 บาท	3.94		-	0.564***	0.060

ตาราง 43 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
		3.47	3.94	3.38	4.00
10,001 – 15,000 บาท	3.38			-	0.824***
มากกว่า 15,000 บาท	4.00				-

\*\*\*  $p < .001$ 

จากตาราง 43 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ถูกค้ำกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 44 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
		3.92	3.66	3.89	3.96
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.92	-	0.253**	0.032	0.039
5,000 – 10,000 บาท	3.66		-	0.221*	0.292*
10,001 – 15,000 บาท	3.89			-	0.070
มากกว่า 15,000 บาท	3.96				-

\* $p < .05$  , \*\* $p < .01$

จากตาราง 44 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้ำกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 45 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
		4.08	4.18	4.11	3.91
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.08	-	0.095	0.025	0.177
5,000 – 10,000 บาท	4.18		-	0.069	0.272**
10,001 – 15,000 บาท	4.11			-	0.202*
มากกว่า 15,000 บาท	3.91				-

\* $p \leq .05$  , \*\* $p \leq .01$

จากตาราง 45 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้ำกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
			4.47	4.15	4.36
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.47	-	0.318***	0.110	0.101
5,000 – 10,000 บาท	4.15		-	0.208**	0.217**
10,001 – 15,000 บาท	4.36			-	0.009
มากกว่า 15,000 บาท	4.37				-

\*\* $p \leq 0.01$ , \*\*\*  $p \leq 0.001$

จากตาราง 46 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้ำกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 47 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
			3.77	3.81	3.91
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.77	-	0.043	0.143*	0.222**
5,000 – 10,000 บาท	3.81		-	0.100	0.179**
10,001 – 15,000 บาท	3.91			-	0.078

ตาราง 47 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
$\bar{X}$	3.77	3.81	3.91	3.99
มากกว่า 15,000 บาท	3.99			-

\* $p \leq .05$  , \*\* $p \leq .01$ 

จากตาราง 47 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้ายกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.7 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ 6 กลุ่ม คือ เซเว่นอีเลฟเว่น 108 ซุปเปอร์มาร์เก็ต 7-อีโอฟ มินิมาร์ทในปั๊ม และโลตัสเอกซ์เพรส โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในตาราง 48

ตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	88.366	5	17.673	49.317	.000***
	ภายในกลุ่ม	141.193	394	0.358		
	รวม	229.559	399			

ตาราง 48 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
2. ด้านการออกแบบร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	29.071	5	5.814	10.341	.000***
	ภายในกลุ่ม	221.525	394	0.562		
	รวม	250.596	399			
3. ด้านการตั้งราคา	ระหว่างกลุ่ม	22.394	5	4.479	10.043	.000***
	ภายในกลุ่ม	175.715	394	0.446		
	รวม	198.109	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	22.330	5	4.466	9.450	.000***
	ภายในกลุ่ม	186.197	394	0.473		
	รวม	208.528	399			
5. ด้านการให้บริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.240	5	0.448	1.439	.209
	ภายในกลุ่ม	122.604	394	0.311		
	รวม	124.844	399			
6. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	26.121	5	5.224	26.887	.000***
	ภายในกลุ่ม	76.556	394	0.194		
	รวม	102.678	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	31.754	5	6.351	17.913	.035*
	ภายในกลุ่ม	153.965	394	0.391		
	รวม	185.719	399			

\* $p \leq .05$  , \*\*\*  $p \leq .001$ 

จากตาราง 48 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการออกแบบร้านค้า ด้านการตั้งราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลดังตาราง 49 - 54

ตาราง 49 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

ประเภท ร้านค้าที่ใช้ บริการ	X	ประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ					
		เซเว่น อีเลฟเว่น	108 ซีโอป	แฟมิลีมาร์ท	วีซีเอฟ	มินิมาร์ท ในปั้มน้ำมัน	โลตัส เอกซ์เพรส
		3.70	2.74	3.76	2.83	3.87	3.94
เซเว่นอีเลฟเว่น	3.70	-	0.966***	0.058	0.873***	0.164	0.239*
108 ซีโอป	2.74		-	1.024***	0.093	1.130***	1.204***
แฟมิลีมาร์ท	3.76			-	0.931***	0.106	0.181
วีซีเอฟ	2.83				-	1.038***	1.112***
มินิมาร์ทใน ปั้มน้ำมัน	3.87					-	0.075
โลตัสเอกซ์เพรส	3.94						-

\* $p \leq .05$ , \*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 49 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ ลูกค้ายกกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั้มน้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส และกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ และกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั้มน้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

ประเภท ร้านค้าที่ใช้ บริการ	$\bar{X}$	ประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ					
		เซเว่น อีเลฟเว่น	108 ซีอ็อป	แฟมิลีมาร์ท	วีซีอ็อป	มินิมาร์ท ในปั๊มน้ำมัน	โลตัส เอกซ์เพรส
		3.97	3.33	3.57	3.83	3.32	3.81
เซเว่นอีเลฟเว่น	3.97	-	0.642***	0.401**	0.147	0.651***	0.161
108 ซีอ็อป	3.33		-	0.240	0.494***	0.010	0.481**
แฟมิลีมาร์ท	3.57			-	0.254	0.250	0.241
วีซีอ็อป	3.83				-	0.504***	0.013
มินิมาร์ทใน ปั๊มน้ำมัน	3.32					-	0.491***
โลตัสเอกซ์เพรส	3.81						-

\*\* $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 50 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ ลูกค้ายกกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีอ็อป กับกลุ่มมินิมาร์ทในปั๊มน้ำมัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีอ็อป กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีอ็อป มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีอ็อป กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มที่ใช้บริการวีซีอ็อป กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั๊มน้ำมัน และกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั๊มน้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 51 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

ประเภท ร้านค้าที่ใช้ บริการ	$\bar{X}$	ประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ					
		เซเว่น อีเลฟเว่น	108 ซีโอป	แฟมิลีมาร์ท	วีซีเอฟ	มินิมาร์ท ในปั้มน้ำมัน	โลตัส เอกซ์เพรส
		3.67	3.72	3.51	3.29	3.72	4.17
เซเว่นอีเลฟเว่น	3.67	-	0.050	0.156	0.373**	0.053	0.505***
108 ซีโอป	3.72		-	0.206	0.423**	0.003	0.455***
แฟมิลีมาร์ท	3.51			-	0.217	0.209	0.661***
วีซีเอฟ	3.29				-	0.426***	0.878***
มินิมาร์ทใน ปั้มน้ำมัน	3.72					-	0.453***
โลตัสเอกซ์เพรส	4.17						-

\*\*p<.01, \*\*\* p<.001

จากตาราง 51 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ ลูกค้ายกกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส และกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั้มน้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส และกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั้มน้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 52 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

ประเภท ร้านค้าที่ใช้ บริการ	ประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ	ประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ					
		เซเว่น อีเลฟเว่น	108 ซีโอป	แฟมิลีมาร์ท	วีซีเอฟ	มินิมาร์ท ในปั้มน้ำมัน	โลตัส เอกซ์เพรส
		$\bar{X}$	3.77	3.56	3.87	3.52	4.20
เซเว่นอีเลฟเว่น	3.77	-	0.206	0.098	0.250*	0.431***	0.291*
108 ซีโอป	3.56		-	0.304*	0.044	0.637***	0.496***
แฟมิลีมาร์ท	3.87			-	0.347*	0.333*	0.193
วีซีเอฟ	3.52				-	0.681***	0.540***
มินิมาร์ทใน ปั้มน้ำมัน	4.20					-	0.140
โลตัสเอกซ์เพรส	4.06						-

\* $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

จากตาราง 52 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ ลูกค้ายกกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั้มน้ำมัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั้มน้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั้มน้ำมัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทในปั้มน้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 53 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

ประเภท ร้านค้าที่ใช้ บริการ	$\bar{X}$	ประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ					
		เซเว่น อีเลฟเว่น	108 ซีโอป	แฟมิลีมาร์ท	วีซีเอฟ	มินิมาร์ท โน้มน้ำมัน	โลตัส เอกซ์เพรส
เซเว่นอีเลฟเว่น	4.44	-	0.381***	0.479	0.083	0.286***	0.376***
108 ซีโอป	4.06		-	0.098	0.298***	0.668***	0.005
แฟมิลีมาร์ท	3.96			-	0.396***	0.764***	0.103
วีซีเอฟ	4.36				-	0.368***	0.293**
มินิมาร์ทใน ปั้มน้ำมัน	4.73					-	0.661***
โลตัสเอกซ์เพรส	4.06						-

\*\*p<.01, \*\*\* p<.001

จากตาราง 53 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ ลูกค้ายกกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการ มินิมาร์ทโน้มน้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทโน้มน้ำมัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทโน้มน้ำมัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทโน้มน้ำมัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทโน้มน้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 54 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ

ประเภท ร้านค้าที่ใช้ บริการ	X̄	ประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ					
		เซเว่น อีเลฟเว่น	108 ซีโอป	แฟมิลีมาร์ท	วีซีเอฟ	มินิมาร์ท โนบีม้ำมัน	โลตัส เอกซ์เพรส
		3.94	3.57	3.79	3.67	3.98	4.04
เซเว่นอีเลฟเว่น	3.94	-	0.378***	0.154*	0.270***	0.039	0.097
108 ซีโอป	3.57		-	0.225**	0.109	0.418***	0.475***
แฟมิลีมาร์ท	3.79			-	0.116	0.193**	0.251**
วีซีเอฟ	3.67				-	0.309***	0.367***
มินิมาร์ทใน บีม้ำมัน	3.98					-	0.058
โลตัสเอกซ์เพรส	4.04						-

\* $p \leq .05$ , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$

จากตาราง 54 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ ลูกค้ายกกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น กับกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มที่ใช้บริการ 108 ซีโอป กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทโนบีม้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และกลุ่มที่ใช้บริการแฟมิลีมาร์ท กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทโนบีม้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มที่ใช้บริการวีซีเอฟ กับกลุ่มที่ใช้บริการมินิมาร์ทโนบีม้ำมัน กับกลุ่มที่ใช้บริการโลตัสเอกซ์เพรส มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001