

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ผู้วิจัยสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายในการวิจัย
2. วิธีการดำเนินการวิจัย
3. สรุปผล
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเลือกบริโภคการบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการเลือกบริโภคขนมไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ภูมิภาค รสนิยมการบริโภคขนมไทยของครอบครัว รายได้ของต่อเดือน รายได้ของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครองระยะเวลาในการซื้อขนมไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จำนวน 971 คน และนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติแยกเป็นคณะประจำภาคปีที่ 2 ปีการศึกษา 2551 มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำนวน 4,488 คน จำแนกได้ดังนี้ (กองบริการการศึกษา (มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 2552 มิถุนายน 8)

1.1.1 นักเรียนโรงเรียนสาธิต

1. มัธยมศึกษาปีที่ 1	จำนวน	242	คน
2. มัธยมศึกษาปีที่ 2	จำนวน	250	คน
3. มัธยมศึกษาปีที่ 3	จำนวน	241	คน
4. มัธยมศึกษาปีที่ 4	จำนวน	101	คน
5. มัธยมศึกษาปีที่ 5	จำนวน	72	คน

6. มัธยมศึกษาปีที่ 6	จำนวน	65	คน
1.1.2 นักศึกษาระดับปริญญาตรี			
1. คณะครุศาสตร์	จำนวน	410	คน
2. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	จำนวน	923	คน
3. คณะวิทยาการจัดการ	จำนวน	1,853	คน
4. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	จำนวน	243	คน
5. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	จำนวน	562	คน
6. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	จำนวน	497	คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ นักเรียนโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี และนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ประจำปีการศึกษา 2551 เนื่องจากจำนวนประชากรที่ศึกษามีจำนวนที่แน่นอน (finite population) สูตรที่ใช้ในการหาขนาดของตัวอย่างจึงใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ในการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541, หน้า 26-27) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 378 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามตรวจสอบรายการ (check list) เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ นักเรียนโรงเรียนสาธิตฯ นักศึกษามหาวิทยาลัยฯ ชั้นปี ภูมิสำเนา รสนิยมการบริโภคขนมไทยของครอบครัว รายได้ของนักศึกษาต่อเดือน ประเภทสิ่งของที่ชอบรับประทาน อาชีพผู้ปกครอง ความถี่ในการซื้อขนมไทย / จำนวนครั้งต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกบริโภคขนมไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกบริโภคขนมไทยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ปีการศึกษา 2551 ซึ่งประกอบด้วย ข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับการตัดสินใจ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังต่อไปนี้ (สุวีย์ สิริโกคาภิรมย์, 2541, หน้า 120) โดยกำหนดระดับได้ดังต่อไปนี้

- คะแนน 5 หมายถึง ระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมไทยมากที่สุด
 คะแนน 4 หมายถึง ระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมไทยมาก
 คะแนน 3 หมายถึง ระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมไทยปานกลาง
 คะแนน 2 หมายถึง ระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมไทยน้อย
 คะแนน 1 หมายถึง ระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมไทยน้อยที่สุด

3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

ในการศึกษาการเลือกบริโภคขนมไทยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากแนวคิดและทฤษฎีจากตำรา นิตยสาร วารสาร และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติกับการเลือกบริโภคขนมไทยโดยศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกบริโภค

2. กำหนดกรอบแนวคิด จากตัวแปรที่มีผลต่อทัศนคติกับพฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านทัศนคติ ได้แก่ 1) ความเข้าใจหรือความรู้ 2) ความรู้สึก 3) พฤติกรรมหรือการกระทำ และปัจจัยด้านการเลือกบริโภค ได้แก่ 1) ผลិតภัณฑ์ 2) ราคา 3) ช่องทางการจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือให้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้

3. ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด ในการวิจัยการเลือกบริโภคขนมไทยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย

4. ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อขอความเห็นชอบและเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาทั้งในด้านเนื้อหาสาระและโครงสร้างของคำถาม ตลอดจนภาษาที่ใช้และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ แล้ววิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (item objective congruence index : IOC) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2540, หน้า113) จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาพิจารณาปรับปรุง และแก้ไขภายใต้คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและประธานกรรมการผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา

5. หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) นำแบบสอบถามที่ ได้ปรับปรุงแก้ไข ให้มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) แล้วไปทดลองใช้ (try out) กับนักศึกษาที่เป็นวัยรุ่นจากสถาบันอื่น อายุระหว่าง 17-24 ปี ในจังหวัดลพบุรี เพื่อใช้ทดลองแบบสอบถามเก็บข้อมูล ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย แต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 (reliability) จำนวน 30 คน

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากการทดลองใช้ทุกฉบับ แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) สำหรับหาค่า

สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach, 1971, p. 160) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามทั้ง 30 ฉบับ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อขอความเห็นชอบ แล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบ เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัย ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำหนังสือแนะนำตัวจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. ผู้วิจัยแนะนำตัวเอง ต่อกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ ของการศึกษาวิจัยและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แนะนำวิธีการตอบแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยกำหนดวันเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 372 ตัวอย่าง ภายในเวลา 1 เดือน

4. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องเมื่อรับแบบสอบถามกลับคืนมา

5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง ในการตอบแบบสอบถามแล้วนำมาคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์และมีความถูกต้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

5.2 วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

5.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (frequency distribution) และค่าร้อยละ (percentage) ของข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ของคะแนนที่ได้มาจากแบบสอบถาม ที่วัดปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติกับการเลือกบริโภคขนมไทยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จังหวัดลพบุรี (นราศรี ไววนิชกุล, และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2547, หน้า 244)

5.2.3 แปลความหมายของคะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้หลักเกณฑ์การกำหนดระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541, หน้า90)

คะแนน 5 หมายถึง ระดับการตัดสินใจการเลือกบริโภคขนมไทยมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับการตัดสินใจการเลือกบริโภคขนมไทยมาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับการตัดสินใจการเลือกบริโภคขนมไทยปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับการตัดสินใจการเลือกบริโภคขนมไทยน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับการตัดสินใจการเลือกบริโภคขนมไทยน้อยที่สุด

5.2.4 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของ สาขาวิชา รายได้ของนักศึกษาต่อเดือน และภูมิสำเนา โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one – way ANOVA) โดย

การทดสอบค่าเอฟ (F-test) เมื่อมีนัยสำคัญทางสถิติใช้เปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีการของ ฟิชเชอร์ (Fisher's Least-Significant Difference: LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 333)

สรุปผล

การวิจัยเรื่องการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.9 อายุมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.6 นักเรียนโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรีระดับมัธยมปลาย คิดเป็นร้อยละ 19.0 นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี คณะวิทยาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 15.6 ศึกษาชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 24.6 ภูมิลำเนาภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 77.8 รสนิยมการบริโภคขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับหวานปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.7 รายได้ของนักเรียน และนักศึกษาต่อเดือน ต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.6 ครอบครัวของนักเรียนและนักศึกษาส่วนใหญ่ชอบรับประทานขนมไทย คิดเป็นร้อยละ 76.7 ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 36.5

2. การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ส่วนมากรู้จักขนมไทยประเภทเชื่อม คิดเป็นร้อยละ 72.8 ไม่ทราบว่าขนมไทยมีตราสัญลักษณ์ คิดเป็นร้อยละ 73.3 ไม่รู้จักยี่ห้อของขนมไทย คิดเป็นร้อยละ 69.6 ทราบว่าขนมไทยมีคุณค่าทางอาหาร คิดเป็นร้อยละ 89.7 ชื่อขนมไทยจากตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 69.0 ทราบสถานที่จำหน่ายขนมไทยจากบิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 95.2 คิดว่าขนมไทยชนิดเดียวกันแต่ผู้ผลิตต่างกันจะมีรสชาติไม่เหมือนกัน คิดเป็นร้อยละ 80.4 พบโฆษณาขนมไทยจากหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 68.8 และชื่อขนมไทย 1-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 57.4

3. การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี

3.1 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ 1) ขนมไทยมีหลายหลายชนิด 2) ขนมไทยมีรสชาติอร่อย และ 3) ขนมไทยมีสีสันทสวยงาม

3.2 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) มีหลายราคาให้เลือก 2) ระดับราคาของขนมไทยต่อชิ้น และ 3) มีป้ายแสดงราคาชัดเจน

3.3 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาใน

แต่ละรายการ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ 1) ร้านจำหน่ายขนมไทยมีหลายร้านจึงสามารถซื้อได้ง่าย 2) ร้านจำหน่ายขนมไทยแต่ละแห่งตั้งอยู่ในที่ที่มีการสัญจรไปมาสะดวก และ 3) สถานที่จอดรถสะดวก

3.4 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ 1) การให้บริการที่ดีของผู้ขายขนมไทย 2) การจัดรายการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลดราคา และให้ของแถม และ 3) ความสุภาพและมีมารยาทของผู้ขายขนมไทย

3.5 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ภาพรวม พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ด้านราคา 2) ด้านผลิตภัณฑ์ 3) ด้านการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

4. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี

4.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามภูมิสำเนา พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยโดยใช้วิธีการของฟิชเชอร์ พบว่า

4.2.1 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มที่มีภูมิสำเนาภาคใต้แตกต่างกันกับกลุ่มที่มีภูมิสำเนา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่มีภูมิสำเนาภาคใต้แตกต่างกันกับกลุ่มที่มีภูมิสำเนา ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.2.2 ภาพรวม พบว่า กลุ่มที่มีภูมิสำเนาภาคใต้แตกต่างกันกับกลุ่มที่มีภูมิสำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนกลุ่มที่มีภูมิสำเนาภาคใต้แตกต่างกันกับกลุ่มที่มีภูมิสำเนา ภาคตะวันออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และกลุ่มที่มีภูมิสำเนาภาคใต้แตกต่างกันกับกลุ่มที่มีภูมิสำเนา ภาคเหนือและภาคกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

4.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามรสนิยมการบริโภคขนม

ไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยโดยใช้วิธีการของฟิชเชอร์ พบว่า กลุ่มที่มีรสนิยมการบริโภคขนมไทยหวานจัดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรสนิยมการบริโภคขนมไทยหวานปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามรายได้ของนักเรียน และนักศึกษาต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยโดยใช้วิธีการของฟิชเชอร์ ดังนี้

4.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 1,000 – 2,000 บาท และ 2,001 – 3,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

4.4.2 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 1,000 – 2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.4.3 ภาพรวมพบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 3,000 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 1,000 – 2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 2,001 – 3,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

4.5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่ครอบครัวยังนักเรียนและนักศึกษาชอบรับประทาน พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยโดยใช้วิธีการของฟิชเชอร์ ดังนี้

4.5.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มที่เลือกบริโภคขนมไทยแตกต่างกับกลุ่มที่เลือกบริโภคผลไม้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5.2 ด้านราคา พบว่า กลุ่มที่เลือกบริโภคขนมไทยแตกต่างกับกลุ่มที่เลือกบริโภคผลไม้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

4.5.3 ด้านการจัดจำหน่ายพบว่า กลุ่มที่เลือกบริโภคขนมไทยแตกต่างกับกลุ่มที่เลือกบริโภคผลไม้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5.4 ภาพรวม พบว่า กลุ่มที่เลือกบริโภคขนมไทยแตกต่างกับกลุ่มที่เลือกบริโภคผลไม้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.6 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครองพบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยโดยใช้วิธีการของฟิชเชอร์ ดังนี้

4.6.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพเกษตรกรแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพพนักงานบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพเกษตรกรแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6.2 ด้านราคา พบว่า กลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัวแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพพนักงานบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพรัฐวิสาหกิจ และ ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.6.3 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมี อาชีพธุรกิจส่วนตัว และ เกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมี อาชีพธุรกิจส่วนตัว และ เกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพพนักงานบริษัทแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัวแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

4.6.4 ภาพรวม พบว่า กลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัวแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพเกษตรกรแตกต่างกับกลุ่มที่ผู้ปกครองมีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และ ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้จักตราयीหือของขนมไทยกับการเลือกบริโภคขนมไทย ภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการทราบถึงตราयीหือรสชาติของขนมไทยชนิดเดียวกันแต่ผู้ผลิตต่างกัน และความถี่ในการซื้อขนมไทย ภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เทพสตรี ลพบุรี ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี

1.1 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เทพสตรี ลพบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลิตภัณฑ์ เป็น สิ่งของหรือบริการที่น่าเสนอเข้ามาในตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ ความอยากได้ โดยการให้บริการบริโภค สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยการทำขนมให้มี สี กลิ่น รสชาติ ความ สะอาด การบรรจุหีบห่อที่สวยงาม เพื่อกระตุ้นให้เกิดความอยากได้หรืออยากกินในกลุ่มเยาวชน รุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับอดุลย์ จาตุรงค์กุล, และดลยา จาตุรงค์กุล (2546, หน้า 18) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์หมายถึง ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสลับซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจแบบเต็มรูปแบบ ถ้าเรารู้เรื่องนี้แล้วใน ฐานะนักการตลาดเราควรเสนอทางเลือกง่ายกว่าผู้บริโภคมีความคุ้นเคยเพื่อให้ผู้บริโภคที่ไม่ ต้องการเสาะแสวงหาทางเลือกอย่างกว้างขวางพิจารณา

1.2 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เทพสตรี ลพบุรี ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งราคา เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมผู้บริโภค ว่าราคาเหมาะสมกับสินค้า ผู้บริโภครู้สึกได้ถึงความแตกต่างระหว่างสินค้า ราคาเป็นสิ่งที่กระตุ้นความอยากได้ การลดราคาเป็นการกระตุ้นการซื้อในระหว่างการแนะนำ สินค้า ซึ่งสอดคล้องกับศุภร เสรีรัตน์ (2546, หน้า 40) กล่าวไว้ว่า การวิจัยผู้บริโภคจะช่วย นักการตลาดในการกำหนดระดับราคา สำหรับการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา ที่จะทำให้ผู้บริโภค เต็มใจยินดีที่จะซื้อสินค้าในระดับราคานั้น

1.3 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เทพสตรี ลพบุรี ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งช่องทางการจัด จำหน่าย เป็นการนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตออกสู่ตลาดถึงมือผู้บริโภคโดยผ่านคนกลางตลาดหรือ โดยตรงเป็นการให้ความสะดวกต่อผู้บริโภค โดยผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายและ สะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับอัจฉิมา เศรษฐบุตร, และสายสวรรค์ วัฒนาพานิช (2544, หน้า 25) กล่าวไว้ว่า การจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการหรือกิจกรรมที่มีความเหมาะสมในการนำ ผลิตภัณฑ์ออกไปสู่ตลาด หรือหมายถึงการกำหนดช่องทางในการจัดจำหน่าย

1.4 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เทพสตรี ลพบุรี ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งการ ส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ด้วยการใช้สื่อโฆษณา ด้านราคา การแถม การลุ้นรับโชค ทุกกลยุทธ์ที่นักการตลาดได้ทำเป็นการดึงดูดใจ เพื่อชวนให้ลูกค้าเชื่อ

และกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสุชิน นะตาปา (2542, หน้า 525) กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมการตลาดหมายถึง การรณรงค์กิจกรรมทางด้านการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่บริษัทตั้งเป้าหมายไว้ โดยการใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดเป็นตัวกระตุ้นความต้องการลูกค้า

2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี

2.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับของทัศนคติต่อขนมไทยและการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับศิริัญญา บุญประชม (2543, บทคัดย่อ) ศึกษาความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่าการเปรียบเทียบความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารตามตัวแปรที่ศึกษาพบว่า ความรู้และการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารไม่แตกต่างกัน ตามเพศของนักเรียน ขนาดของครอบครัว และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักเรียนได้รับ แต่เจตคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และฐานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามภูมิสำเนา พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับบงกชัญช ประยูรหงส์ (2547, บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสุขบัญญัติแห่งชาติของนิสิตปริญญาตรี ปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลการวิจัยพบว่า 1) นิสิตปริญญาตรี ปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสุขบัญญัติแห่งชาติอยู่ในระดับปานกลาง 2) นิสิตที่มีเพศ กลุ่มสาขาวิชา ได้รับเงินจากผู้ปกครอง และระดับการศึกษาของผู้ปกครองต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสุขบัญญัติแห่งชาติไม่แตกต่างกัน 3) นิสิตที่มีภูมิสำเนา ผู้ปกครองมีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสุขบัญญัติแห่งชาติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหาร เจตคติในการบริโภคอาหาร ค่านิยมทางด้านสุขภาพ ความเชื่ออำนาจภายในตนเอง ด้านสุขภาพ การมุ่งอนาคตควบคุมตน อิทธิพลของสื่อมวลชนและวัฒนธรรมการบริโภคอาหาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสุขบัญญัติแห่งชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามรสนิยมการบริโภคขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 ซึ่งสอดคล้องกับศิริธัญญา บุญประชม (2543, บทคัดย่อ) ศึกษาความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารตามตัวแปรที่ศึกษา พบว่า ความรู้และการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารไม่แตกต่างกัน ตามเพศของนักเรียน ขนาดของครอบครัว และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักเรียนได้รับ แต่เจตคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และฐานะทางเศรษฐกิจของผู้ปกครอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามรายได้ของนักเรียน และนักศึกษาต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับณัฐกร ชินศรีวงศ์กุล (2544, บทคัดย่อ) การศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวิตจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้เกี่ยวกับอาหารชีวิตจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวิตจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้พฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวิตจิต ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพโสด รายได้แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับอาหารชีวิตจิตแตกต่างกัน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับอาหารชีวิตจิตกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวิตจิต พบว่า การรับรู้ของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวิตจิต ซึ่งได้แก่ ประเภทอาหารชีวิตจิต จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ในการรับประทานอาหารชีวิตจิต ปริมาณที่รับประทานในแต่ละครั้ง วิธีการในการรับประทานอาหารชีวิตจิต ค่าใช้จ่ายแต่ละมื้อในการรับประทานอาหารชีวิตจิต อาหารมื้อใดที่รับประทานอาหารชีวิตจิต แหล่งที่ซื้ออาหารชีวิตจิต

2.5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ครอบครัวของนักเรียนและนักศึกษาชอบรับประทาน พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับอารีษา พลับใจบุญ (2551, บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในชุมชน หมู่บ้านกรุงเทพมหานคร อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในชุมชน หมู่บ้านกรุงเทพมหานคร อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป อันดับแรก คือ ด้านสถานที่คือต้องหาซื้อได้ง่าย อันดับสอง ด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ อันดับสาม ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์สะอาด และอันดับสุดท้าย ด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ และการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่

มีอายุ อาชีพ รายได้ต่างกัน และประเภทอาหารสำเร็จรูปที่ครอบครัวชอบ มีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.6 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับฉันทกร ชินศรีวงศ์กุล (2544, บทคัดย่อ) การศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้เกี่ยวกับอาหารชีวจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้พฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพโสด รายได้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับอาหารชีวจิตแตกต่างกัน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับอาหารชีวจิตกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต พบว่า การรับรู้ของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต ซึ่งได้แก่ ประเภทอาหารชีวจิต จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ในการรับประทานอาหารชีวจิต ปริมาณที่รับประทานในแต่ละครั้ง วิธีการในการรับประทานอาหารชีวจิต ค่าใช้จ่ายแต่ละมื้อ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกบริโภคขนมไทยกับการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้จักตราयीห่อของขนมไทยกับการเลือกบริโภคขนมไทยภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จินตนา กฤษณาเวศน์ (2544, บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวของนักเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า รสชาติ ยี่ห้อของขนม ความสะดวกในการรับประทาน การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ราคา และปริมาณขนม มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวของนักเรียนสาธิต ส่วนสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวของนักเรียนสาธิต

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการทราบถึงตราयीห่อของขนมไทยกับการเลือกบริโภคขนมไทยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับนนท์ตะวัน อนันตธนาชัย (2544, บทคัดย่อ) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสม่ำเสมอในการซื้อ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ซื้อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ ส่วนเพศ ยี่ห้อสินค้า และรสชาติของมันฝรั่งทอดกรอบ ที่ผู้ผลิตต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ 2) อิทธิพลหรือผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอด

กรอบ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกรายการในแต่ละปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบไม่แตกต่างกัน

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างรสชาติของขนมไทยชนิดเดียวกันแต่ผู้ผลิตต่างกันของขนมไทยกับการเลือกบริโภคขนมไทยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับนนท์ตะวัน อนันตนาชัย (2544, บทคัดย่อ) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสม่ำเสมอในการซื้อ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ซื้อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ ส่วนเพศ ยี่ห้อสินค้า และรสชาติของมันฝรั่งทอดกรอบ ที่ผู้ผลิตต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ 2) อิทธิพลหรือผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกรายการในแต่ละปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบไม่แตกต่างกัน

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการซื้อขนมไทยของขนมไทยกับการเลือกบริโภคขนมไทยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับณัฐกร ชินศรีวงศ์กุล (2544, บทคัดย่อ) การศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้เกี่ยวกับอาหารชีวจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้พฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพโสด รายได้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับอาหารชีวจิตแตกต่างกัน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ เกี่ยวกับอาหารชีวจิตกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต พบว่า การรับรู้ของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต ซึ่งได้แก่ ประเภทอาหารชีวจิต จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ ในการรับประทานอาหารชีวจิต ปริมาณที่รับประทานในแต่ละครั้ง วิธีการในการรับประทานอาหารชีวจิต ค่าใช้จ่ายแต่ละมื้อในการรับประทานอาหารชีวจิต อาหารมือไต่ที่รับประทานอาหารชีวจิต แหล่งที่ซื้ออาหารชีวจิต

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ ในรายชื่อที่ว่า ขนมไทย มี อย. มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นผู้ผลิตขนมไทยควรมีการดำเนินการขออนุญาตองค์การอาหารและยา เพื่อความเป็นมาตรฐานตามที่ อย. กำหนด และยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคขนมไทยอีกด้วย

1.2 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ด้านราคา ในรายชื่อที่ว่า มีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นผู้จำหน่ายอาหารไทยควรมีการติดป้ายแสดงราคาขนมไทยอย่างชัดเจน

1.3 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ด้านการจัดจำหน่าย ในรายชื่อที่ว่า มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงบ้าน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นผู้จำหน่ายขนมไทยควรมีบริการสั่งซื้อขนมไทยผ่านโทรศัพท์และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน

1.4 การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในรายชื่อที่ว่า การประชาสัมพันธ์ขนมไทยจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นภาครัฐและเอกชนควรมีการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนให้มีการบริโภคขนมไทย เพื่อเป็นการอนุรักษ์ขนมไทยไว้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการเลือกบริโภคขนมไทยของประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดลพบุรี

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี