

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) รวมทั้งสิ้น 500 ตัวอย่าง โดยนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนที่ 3 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไป

4.1.1 เพศ

การศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 354 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.8 เป็นเพศชาย จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.43 เพศชาย จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.56 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.36 เป็นเพศชาย จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.64 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	บริโภค		ไม่บริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
หญิง	212	70.43	142	71.36	354	70.8
ชาย	89	29.56	57	28.64	146	29.2
รวม	301	100	199	100	500	100

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.2 อายุ

การศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ราย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 15 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.89 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.93 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.94 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.31 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.33 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.11 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.59 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.54 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.01 ตามลำดับ จากผลดังกล่าวกลุ่มผู้ที่มีอายุมากขึ้นมีส่วนของการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	บริโภค		ไม่บริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อายุไม่เกิน 20 ปี	19	6.31	18	9.05	37	7.4
21 – 30 ปี	96	31.89	79	39.7	175	35
31 – 40 ปี	54	17.94	44	22.11	98	19.6
41 – 50 ปี	65	21.6	39	19.59	104	20.8
51 – 60 ปี	60	19.93	15	7.54	75	15
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	7	2.33	4	2.01	11	2.2
รวม	301	100	199	100	500	100

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.3 สถานภาพ

การศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ราย เป็นผู้มีสถานภาพโสด จำนวน 228 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาเป็นผู้มีสถานภาพสมรส จำนวน 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.2 และเป็นผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.83 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.86 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.31 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.76 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.66 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.58 ตามลำดับ จากผลดังกล่าวกลุ่มผู้มีสถานภาพสมรส มีสัดส่วนของการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่าผู้มีสถานภาพโสด หรือหย่าร้าง เป็นไปได้ว่า กลุ่มผู้ที่มีสถานภาพสมรสได้ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ โดยการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	บริโภค		ไม่บริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โสด	123	40.86	105	52.76	228	45.6
สมรส	153	51.83	63	31.66	216	43.2
หม้าย/หย่าร้าง	25	8.31	31	15.58	56	11.2
รวม	301	100	199	100	500	100

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.4 ระดับการศึกษา

การศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ราย ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 286 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือมีการศึกษาดำรงระดับมัธยมศึกษา จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.8 มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.6 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.6 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.4 และมีการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 208 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.1 รองลงมา มีการศึกษา

ระดับปริญญาโท จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.63 มีการศึกษาดำกว่าระดับมัธยมศึกษา จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.64 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.98 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.99 และมีการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.66 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมาคือมีการศึกษาดำกว่าระดับมัธยมศึกษา จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.15 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.58 มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.54 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.53 ตามลำดับ โดยไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอกที่ไม่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีนั้นมีสัดส่วนของผู้ที่บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรน้อยกว่าผู้ที่ไม่บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่านั้นมีสัดส่วนของผู้ที่บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภค ดังตารางที่ 4.4

ดังนั้น ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร โดยใช้ logit model นั้น จึงได้แบ่งช่วงของตัวแปรหุ่นเป็น ปัจจัยด้านระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และ การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	บริโภค		ไม่บริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	32	10.64	62	31.15	94	18.8
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	6	1.99	11	5.53	17	3.4
อนุปริญญา หรือ ปวส.	15	4.98	33	16.58	48	9.6
ปริญญาตรี	208	69.1	78	39.2	286	57.2
ปริญญาโท	38	12.63	15	7.54	53	10.6
ปริญญาเอก	2	0.66	0	0	2	0.4
รวม	301	100	199	100	500	100

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.5 อาชีพ

การศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ราย เป็นผู้ประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน ได้แก่ ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 293 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.6 เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน ได้แก่ อาชีพอิสระ เจ้าของกิจการ นักเรียน นักศึกษา จำนวน 207 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.4 โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ไม่แน่นอน จำนวน 207 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.77 และเป็นผู้มีรายได้แน่นอน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.23 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทั้งหมดเป็นผู้มีรายได้แน่นอน จำนวน 199 ราย หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน ทั้งหมดเคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	บริโภค		ไม่บริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อาชีพที่มีรายได้แน่นอน	94	31.23	199	100	293	58.6
อาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน	207	68.77	0	0	207	41.4
รวม	301	100	199	100	500	100

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.6 รายได้

การศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ราย ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 35,000 บาท/เดือน จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท/เดือน จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 24 มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท/เดือน จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 23 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท/เดือน จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 และมีรายได้มากกว่า 35,000 บาท/เดือน จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 35,000 บาท/เดือน จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.54 รองลงมาคือมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท/เดือน จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.26 มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท/เดือน จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.59 มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท/เดือน จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.62 และมีรายได้มากกว่า 35,000 บาท/เดือน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.99 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท/เดือน จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.68 รองลงมาคือมีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 –

10,000 บาท/เดือน จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.15 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท/เดือน จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.61 มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 35,000 บาท/เดือน จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.55 และมีรายได้มากกว่า 35,000 บาท/เดือน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.01 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.6

การแบ่งช่วงชั้นของรายได้มาจากการประมาณการรายได้ของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น กลุ่มผู้ที่ได้รับค่าแรงขั้นต่ำที่มีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรีได้รับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 4,500 – 5,000 บาท ซึ่งอยู่ในช่วงของรายได้ที่ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนรายได้ของผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาถึงปริญญาตรี ได้รับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 6,000 – 10,000 บาท ซึ่งอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท การกระจายรายได้ของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายเนื่องจากประกอบด้วยบุคคลหลากหลายอาชีพ ดังนั้น จึงได้แบ่งช่วงให้กว้างขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างให้มากที่สุด

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ (ต่อเดือน)	บริโภค		ไม่บริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	44	14.62	71	35.68	115	23
5,001 – 10,000 บาท	62	20.59	58	29.15	120	24
10,001 – 20,000 บาท	67	22.26	43	21.61	110	22
20,001 – 35,000 บาท	116	38.54	23	11.55	139	27.8
มากกว่า 35,000 บาท	12	3.99	4	2.01	16	3.2
รวม	301	100	199	100	500	100

ที่มา: จากการสำรวจ

4.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

จากการศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ผลดังนี้

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 301 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมี 199 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.8 ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยและไม่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

สถานะ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยบริโภค	301	60.2
ไม่เคยบริโภค	199	39.8
รวม	500	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 301 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เลือกบริโภคเฉพาะเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือผู้ที่บริโภคทั้งอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.2 และเลือกบริโภคเฉพาะอาหารสมุนไพร จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ไม่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 199 ราย หากมีความสนใจจะบริโภคจะเลือกบริโภคเฉพาะเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 6 จะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 จะเลือกบริโภคเฉพาะอาหารสมุนไพร จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5 ส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่บริโภคผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ชนิด จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 88 โดยอาจจะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรชนิดอื่น เช่น ยาสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	เคยบริโภค		ไม่เคยบริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อาหาร	28	9.3	5	2.5	33	6.6
เครื่องดื่ม	143	47.5	12	6	155	31
อาหารและเครื่องดื่ม	130	43.2	7	3.5	137	27.4
ไม่เลือกบริโภค	-	-	175	88	175	35
รวม	301	100	199	100	500	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่างที่เคบบริโภคนอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 301 ราย ส่วนใหญ่
ความถี่ในการซื้อ น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน จำนวน 148 ราย คิดเป็น ร้อยละ 49.2 รองลงมาคือเลือกซื้อ
1 ครั้ง / เดือน จำนวน 98 ราย คิดเป็น ร้อยละ 32.6 เลือกซื้อ 2 ครั้ง 2 ครั้ง / เดือน จำนวน 32 ราย คิด
เป็น ร้อยละ 10.6 เลือกซื้อมากกว่า 2 ครั้ง / เดือน จำนวน 23 ราย คิดเป็น ร้อยละ 7.6 ตามลำดับ ดัง
ตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ที่เคบบริโภคน

อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน	148	49.2
1 ครั้ง / เดือน	98	32.6
2 ครั้ง / เดือน	32	10.6
มากกว่า 2 ครั้ง / เดือน	23	7.6
รวม	301	100

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่เคบบริโภคนอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

จากกลุ่มตัวอย่างที่เคบบริโภคนอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 301 ราย ส่วนใหญ่มี
มูลค่าการใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 101 – 500 บาท / ครั้ง จำนวน 163 ราย คิดเป็น ร้อยละ 54.1 รองลงมา
มูลค่าการใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท / ครั้ง จำนวน 97 ราย คิดเป็น ร้อยละ 32.2 มูลค่าการใช้จ่าย
ระหว่าง 501 – 1,000 บาท / ครั้ง จำนวน 36 ราย คิดเป็น ร้อยละ 12 และมีมูลค่าการใช้จ่ายมากกว่า
1,000 บาท / ครั้ง จำนวน 5 ราย คิดเป็น ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าการใช้จ่ายต่อครั้ง

มูลค่าการใช้จ่าย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท / ครั้ง	97	32.2
101 – 500 บาท / ครั้ง	163	54.1
501 – 1,000 บาท / ครั้ง	36	12.0
มากกว่า 1,000 บาท / ครั้ง	5	1.7
รวม	301	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่างไม่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 199 ราย ส่วนใหญ่มีสาเหตุจากระสนิยมของผู้บริโภค โดยมีจำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.96 รองลงมาคือสาเหตุจากการที่ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่แพร่หลาย โดยมีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.65 สาเหตุจากการที่หาซื้อได้ยาก จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.61 สาเหตุจากการที่รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ไม่น่าใช้ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.92 สาเหตุจากการที่ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.66 และสาเหตุอื่นๆ ได้แก่ ไม่เชื่อมั่นในประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และไม่กล้าลองใช้ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่ไม่เลือกบริโภคอาหารหรือเครื่องดื่มสมุนไพร

สาเหตุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ*
1. รสนิยม	107	44.96
2. ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่แพร่หลาย	42	17.65
3. หาซื้อได้ยาก	30	12.61
4. รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ไม่น่าใช้	26	10.92
5. ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	23	9.66
6. สาเหตุอื่นๆ	10	4.2
รวม	238	100

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 500 ราย ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรจากการที่เพื่อนแนะนำ จำนวน 220 ราย คิดเป็น ร้อยละ 26.44 รองลงมาคือ ญาติแนะนำ และจากเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ จำนวน 187 ราย คิดเป็น ร้อยละ 22.48 เท่ากัน จากบทความในวารสาร จำนวน 184 ราย คิดเป็น ร้อยละ 22.12 จากการแนะนำของพนักงานขาย จำนวน 41 ราย คิดเป็น ร้อยละ 4.98 และจากแหล่งอื่นๆ เช่น internet หรือเห็นสินค้าตามชั้นวางจำหน่าย จำนวน 13 ราย คิดเป็น ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ โดยที่ผู้ที่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากการแนะนำของเพื่อน จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.91 รองลงมาคือจากบทความในวารสาร จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.07 จากการแนะนำของญาติ จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.99 จากเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.7 จากการแนะนำของพนักงานขาย จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 และจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.36 ส่วนผู้ที่ไม่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่

รู้จักผลิตภัณฑ์จากเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.77 รองลงมาคือ จาก การแนะนำของเพื่อน จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.53 จากการแนะนำของญาติ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.49 จากบทความในวารสาร จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.05 จากการแนะนำของ พนักงานขาย จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.68 และจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ จำนวน 10 ราย คิดเป็น ร้อยละ 1.2 ตามลำดับดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างได้รับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แหล่งข้อมูล	เคยบริโภค		ไม่เคยบริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพื่อนแนะนำ	149	17.91	71	8.53	220	26.44
2. ญาติแนะนำ	133	15.99	54	6.49	187	22.48
3. เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	114	13.7	73	8.77	187	22.48
4. บทความในวารสาร	142	17.07	42	5.05	184	22.12
5. พนักงานขายแนะนำ	27	3.25	14	1.68	41	4.98
6. อื่นๆ	3	0.36	10	1.2	13	1.5
รวม	568	68.28	264	31.72	832	100

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 500 ราย ส่วนใหญ่จะเลือกจะเลือกบริโภคอาหารและ เครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อการเสริมสร้างสุขภาพ จำนวน 377 ราย คิดเป็น ร้อยละ 39.11 รองลงมาคือ เพื่อบรรเทาอาการป่วย เช่น ลดไขมันในเส้นเลือด หรืออาการต่างๆ ตามสรรพคุณของสมุนไพร จำนวน 208 ราย คิดเป็น ร้อยละ 21.58 เพื่อรักษาโรค จำนวน 183 ราย คิดเป็น ร้อยละ 19.92 เพื่อดับ กระจาย จำนวน 192 คิดเป็น ร้อยละ 18.98 และเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น อยากรอง ราคาไม่แพง จำนวน 4 ราย คิดเป็น ร้อยละ 0.41 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม สมุนไพร ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ จำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาคือ เพื่อบรรเทาอาการ จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.11 เพื่อรักษาโรค จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.89 เพื่อดับกระจาย จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.44 และเพื่อวัตถุประสงค์ อื่นๆ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.21 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยบริโภคอาหารและ เครื่องดื่มสมุนไพร หากมีความสนใจจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่มีความเห็น ว่าจะบริโภคเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.41 รองลงมาคือ เพื่อดับ

กระหาย 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.48 เพื่อรักษาโรค จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.09 เพื่อบรรเทาอาการ 7.47 และเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

วัตถุประสงค์	เคยบริโภค		ไม่เคยบริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ	267	27.7	110	11.41	377	39.11
2. เพื่อบรรเทาอาการ	136	14.11	72	7.47	208	21.58
3. เพื่อดับกระหาย	91	9.44	101	10.48	192	19.92
4. เพื่อรักษาโรค	105	10.89	78	8.09	183	18.98
5. อื่นๆ	2	0.21	2	0.2	4	0.41
รวม	601	62.35	363	37.65	964	100

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 500 ราย ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อที่ร้านค้าทั่วไป จำนวน 276 ราย คิดเป็น ร้อยละ 36.7 รองลงมาคือร้านขายผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ จำนวน 238 ราย คิดเป็น ร้อยละ 31.65 และซื้อในห้างสรรพสินค้า จำนวน 231 ราย คิดเป็น ร้อยละ 30.72 และซื้อจากแหล่งอื่นๆ เช่น งานแสดงสินค้าชั่วคราว จำนวน 7 ราย คิดเป็น ร้อยละ 0.93 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าทั่วไป จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.6 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ จำนวน 164 ราย คิดเป็น ร้อยละ 21.8 ซื้อจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.68 และซื้อจากแหล่งอื่นๆ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.27 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร หากมีความสนใจจะเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.04 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านค้าทั่วไป จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.11 ซื้อจากร้านขายผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.84 และจากแหล่งอื่นๆ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.66 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

แหล่งที่ซื้อ	เคยบริโภค		ไม่เคยบริโภค		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ร้านค้าทั่วไป	200	26.6	76	10.11	276	36.7
2. ร้านขายผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ	164	21.8	74	9.84	238	31.65
3. ห้างสรรพสินค้า	148	19.68	83	11.04	231	30.72
4. อื่นๆ	2	0.27	5	0.66	7	0.93
รวม	514	68.35	238	31.65	752	100

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit model) ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ marginal effects ผลการศึกษาได้ค่า log likelihood function เท่ากับ -239.9865 ค่า restricted log likelihood เท่ากับ -336.0962 ค่า Chi squared เท่ากับ 192.2194 ค่า McFadden R² เท่ากับ 0.28596 ค่าความถูกต้องของการทำนาย เท่ากับ 79% โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 1% ($\alpha=0.01$) ได้แก่ ระดับการศึกษา (X_4) ปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (X_{11}) และการได้รับข้อมูลจากบทความในวารสาร (X_{32}) ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 5% ($\alpha=0.05$) ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องหมายขององค์การอาหารและยา (X_8) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม (X_{14}) ปัจจัยราคาของสินค้าไม่แพง (X_{21}) ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า (X_{22}) การได้รับคำแนะนำจากเพื่อน (X_{29}) และการได้รับคำแนะนำจากญาติ (X_{30}) ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 10% ($\alpha=0.1$) ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (X_6) และปัจจัยด้านการมีหลายระดับราคาให้เลือก (X_{12}) โดยมีการเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ การได้รับข้อมูลจากบทความในวารสาร ปัจจัยด้านเครื่องหมายขององค์การอาหารและยา ระดับการศึกษา ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า ปัจจัยด้านการมีหลายระดับราคาให้เลือก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยราคาของสินค้าไม่แพง การได้รับคำแนะนำจากเพื่อน และการได้รับคำแนะนำจากญาติ ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.15 และ 4.16

ปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (X_{11}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างพิจารณาถึงปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่พิจารณาถึงปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างพิจารณาถึงปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพแล้วมี โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 42.81 ด้วยความเชื่อมั่น 99% อาจกล่าวได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าระดับราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพแล้วจะมีการใช้ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น

การได้รับข้อมูลจากบทความในวารสาร (X_{32}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลจากบทความในวารสาร มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับข้อมูลจากบทความในวารสาร และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลจากบทความในวารสารแล้วมี โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 24.24 ด้วยความเชื่อมั่น 99%

ปัจจัยด้านเครื่องหมายขององค์การอาหารและยา (X_8) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างไม่พิจารณาถึงปัจจัยด้านเครื่องหมายขององค์การอาหารและยา มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่พิจารณาถึงปัจจัยด้านเครื่องหมายขององค์การอาหารและยา และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างไม่คำนึงถึงการมีเครื่องหมายขององค์การอาหารและยาแล้วมี โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 23.77 ด้วยความเชื่อมั่น 95% นั่นแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ได้ให้ความสำคัญกับเครื่องหมายขององค์การอาหารและยามากนัก อาจเนื่องมาจากสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าอาหารหรือเครื่องดื่มสมุนไพรนั้นมีลักษณะหรือสรรพคุณที่ตรงกับความต้องการ และมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเครื่องหมายขององค์การอาหารและยาจึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

ระดับการศึกษา (X_9) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปแล้วมี โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและ

เครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 22.10 ด้วยความเชื่อมั่น 99% อาจเนื่องมาจากการที่มีความรู้ในเรื่องสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ และให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพ

ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมลด (X_{14}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างไม่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมลด มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่พิจารณาถึงปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมลด และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างไม่พิจารณาถึงปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมลดแล้ว มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 21.47 ด้วยความเชื่อมั่น 95% นั่นคือ การที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรไม่ได้คำนึงถึงว่าจะต้องมีการลดราคาสินค้า

ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า (X_{22}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างพิจารณาถึงความสะดวกในการหาซื้อสินค้า มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่พิจารณาถึงความสะดวกในการหาซื้อสินค้า และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างพิจารณาถึงความสะดวกในการหาซื้อสินค้าแล้ว มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 15.52 ด้วยความเชื่อมั่น 95%

ปัจจัยด้านการมีหลายระดับราคาให้เลือก (X_{12}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างไม่คำนึงถึงการมีหลายระดับราคาให้เลือก มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่พิจารณาถึงปัจจัยด้านการมีหลายระดับราคาให้เลือก และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างไม่คำนึงถึงการมีหลายระดับราคาให้เลือกแล้ว มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.85 ด้วยความเชื่อมั่น 90% นั่นคือในการที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อสินค้าไม่ได้คำนึงถึงการที่สินค้ามาหลายระดับราคาให้เลือก

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (X_0) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทแล้ว มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.58 ด้วยความเชื่อมั่น 90% เนื่องจากอาหารและ

เครื่องดื่มสมุนไพรเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค ซึ่งผู้ที่มีรายได้สูงนั้นอาจมีอำนาจซื้อมากกว่าผู้ที่
มีรายได้ต่ำ ซึ่งอาจเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มชนิดอื่นที่มีราคาถูกลงกว่าทดแทนได้

สาเหตุที่มีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และ
กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท เนื่องจากได้มีการทดลองแบ่งช่วงหลายๆ แบบและ
การแบ่งกลุ่มแบบดังกล่าวทำให้ข้อมูลมีความนิ่ง

ปัจจัยราคาของสินค้าไม่แพง (X_{21}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็น
บวกสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างพิจารณาถึงว่าราคาของสินค้าไม่แพง มีแนวโน้มที่จะเลือก
บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่พิจารณาถึงปัจจัยราคาของสินค้าไม่
แพง และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่า
ถ้ากลุ่มตัวอย่างพิจารณาถึงปัจจัยราคาสินค้าไม่แพงแล้ว มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหาร
และเครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.42 ด้วยความเชื่อมั่น 95% นั่นคือกลุ่มตัวอย่างเชื่อว่า
อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมีราคาไม่แพงจึงเลือกบริโภค

การได้รับคำแนะนำจากเพื่อน (X_{29}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์
เป็นบวกสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างได้รับคำแนะนำจากเพื่อน มีแนวโน้มที่จะเลือก
บริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน และเมื่อ
พิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่ม
ตัวอย่างได้รับคำแนะนำจากเพื่อนแล้ว มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม
สมุนไพร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.24 ด้วยความเชื่อมั่น 95%

การได้รับคำแนะนำจากญาติ (X_{30}) จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็น
บวกสามารถอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างได้รับคำแนะนำจากญาติ มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภค
อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับคำแนะนำจากญาติ และเมื่อพิจารณา
ถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า marginal effects สามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างได้รับ
คำแนะนำจากญาติแล้ว มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร เพิ่มขึ้น
ร้อยละ 13.04 ด้วยความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.15 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี maximum likelihood estimates

ตัวแปรอิสระ	maximum likelihood estimates			
	Coefficient	Standard Error	T-ratio	Prob
ค่าคงที่	-2.5629	1.0310	-2.4860**	0.0129
X ₁	-0.1280	0.2593	-0.4940	0.6214
X ₂	0.3735	0.3529	1.0580	0.2898
X ₃	-0.4342	0.3074	-1.4120	0.1578
X ₄	0.9327	0.2854	3.2670***	0.0011
X ₅	-0.1066	0.2539	-0.4200	0.6746
X ₆	-0.5933	0.3567	-1.6630*	0.0962
X ₇	0.1356	0.3039	0.4460	0.6553
X ₈	-1.1811	0.4464	-2.6460***	0.0081
X ₉	0.0745	0.3182	0.2340	0.8149
X ₁₀	0.8313	0.7215	1.1520	0.2492
X ₁₁	1.9207	0.9995	1.9220*	0.0547
X ₁₂	-0.5943	0.3234	-1.8380*	0.0661
X ₁₃	0.5706	0.3699	1.5430	0.1229
X ₁₄	-0.9051	0.3594	-2.5180**	0.0118
X ₁₅	-0.1850	0.4512	-0.4100	0.6817
X ₁₆	-0.0393	0.4189	-0.0940	0.9252
X ₁₇	0.1018	0.2965	0.3430	0.7313
X ₁₈	-0.3152	0.5013	-0.6290	0.5294
X ₁₉	0.3830	0.4381	0.8740	0.3820
X ₂₀	0.2893	0.2787	1.0380	0.2993
X ₂₁	0.5633	0.2502	2.2510**	0.0244
X ₂₂	0.6805	0.2904	2.3430**	0.0191
X ₂₃	0.3072	0.3059	1.0040	0.3152
X ₂₄	-0.0456	0.2664	-0.1710	0.8639

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	maximum likelihood estimates			
	Coefficient	Standard Error	T-ratio	Prob
X ₂₅	-0.1927	0.4309	-0.4470	0.6546
X ₂₆	0.0248	0.3314	0.0750	0.9403
X ₂₇	0.3143	0.2872	1.0940	0.2738
X ₂₈	-0.2413	0.6160	-0.3920	0.6952
X ₂₉	0.5666	0.2635	2.1500**	0.0316
X ₃₀	0.5630	0.2828	1.9910**	0.0465
X ₃₁	0.2807	0.2655	1.0570	0.2905
X ₃₂	1.0810	0.2662	4.0600***	0.0000
X ₃₃	0.6260	0.4473	1.3990	0.1617

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ : *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 10% ($\alpha = 0.1$)

log likelihood function -239.9865

restricted log likelihood -336.0962

Chi-squared 192.2194

McFadden R² 0.28596

Accuracy of Prediction 79.00%

$$: \text{McFadden } R^2 = 1 - \frac{\text{Log - Likelihood}}{\text{Restricted Log - Likelihood}}$$

ลิขสิทธิ์ © โดยปกติกการวิเคราะห์สมการด้วยวิธี Logit ค่า McFadden R² จะอยู่ในช่วง 0.2 ถึง 0.4 จึงสรุปได้ว่าแบบจำลองนั้นมีประสิทธิภาพในการอธิบายค่าระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (อารี วิบูลย์พงศ์, 2537)

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี marginal effect

ตัวแปรอิสระ	marginal effect			
	Coefficient	Standard Error	T-ratio	Prob
ค่าคงที่	-0.6073	0.2532	-2.3980**	0.0165
X ₁	-0.0301	0.0604	-0.4990	0.6180
X ₂	0.0891	0.0850	1.0480	0.2945
X ₃	-0.1030	0.0744	-1.3840	0.1662
X ₄	0.2210	0.0738	2.9930***	0.0028
X ₅	-0.0253	0.0603	-0.4190	0.6750
X ₆	-0.1358	0.0815	-1.6670*	0.0956
X ₇	0.03243	0.0733	0.4420	0.6584
X ₈	-0.2377	0.0959	-2.4770*	0.0133
X ₉	0.0177	0.0762	0.2330	0.8160
X ₁₀	0.2045	0.1753	1.1670	0.2432
X ₁₁	0.4281	0.1652	2.5900***	0.0096
X ₁₂	-0.1385	0.0773	-1.7900*	0.0734
X ₁₃	0.1322	0.0822	1.6070	0.1080
X ₁₄	-0.2147	0.0901	-2.3810**	0.0173
X ₁₅	-0.0430	0.1034	-0.4160	0.6774
X ₁₆	-0.0092	0.0988	-0.0940	0.9251
X ₁₇	0.0241	0.0735	0.3280	0.7428
X ₁₈	-0.0723	0.1112	-0.6500	0.5155
X ₁₉	0.0929	0.1084	0.8570	0.3912
X ₂₀	0.0694	0.0682	1.0170	0.3089
X ₂₁	0.1342	0.0616	2.1790**	0.0293
X ₂₂	0.1552	0.0695	2.2330**	0.0255
X ₂₃	0.0715	0.0717	0.9970	0.3185
X ₂₄	-0.0108	0.0631	-0.1710	0.8639

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	marginal effect			
	Coefficient	Standard Error	T-ratio	Prob
X ₂₅	-0.0464	0.1051	-0.4420	0.6588
X ₂₆	0.0058	0.0782	0.0750	0.9402
X ₂₇	0.0733	0.0666	1.1000	0.2713
X ₂₈	-0.0584	0.1519	-0.3850	0.7006
X ₂₉	0.1324	0.0620	2.1370**	0.0326
X ₃₀	0.1304	0.0646	2.0190**	0.0435
X ₃₁	0.0658	0.0616	1.0690	0.2851
X ₃₂	0.2424	0.0661	3.6680***	0.0002
X ₃₃	0.1368	0.0911	1.5010	0.1334

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ : *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$)** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$)* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 10% ($\alpha = 0.1$)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved