

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด สอบถามจากผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่รู้จักหรือบริโภคน้ำสำรองในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถแบ่งการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.1 – 4.5

2. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

2.1 องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.6 – 4.15

2.2 องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะของผู้บริโภค ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.16 – 4.27

3. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านความเข้าใจ และความรู้สึของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

3.1 องค์ประกอบด้านความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.28

3.2 องค์ประกอบด้านความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกบริโภคและลักษณะของผู้บริโภค ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.29 – 4.32

3.3 องค์ประกอบด้านความรู้สึของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.33 – 4.36

3.4 องค์ประกอบด้านความรู้สึของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกบริโภคและลักษณะของผู้บริโภค ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.37 – 4.52

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่มีต่อการเลือกซื้อน้ำสำรอง ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.53 – 4.56

### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	120	30.0
หญิง	280	70.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.0 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-24 ปี	212	53.0
25-34 ปี	152	38.0
35 ปีขึ้นไป	36	9.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 15-24 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาได้แก่ อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 และอายุ 35 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	1.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	39	9.7
ปวส./อนุปริญญา	20	5.0
ปริญญาตรี	265	66.3
สูงกว่าปริญญาตรี	72	18.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาได้แก่ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 9.7 ระดับปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 5.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 1.0 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	14.6
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	108	27.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	19	4.7
นักเรียน/นักศึกษา	204	51.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0
พนักงานของรัฐ	9	2.3
มัคคุเทศก์	1	0.2
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	1	0.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาได้แก่ อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.6 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 4.7 พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 2.3 มีคฤหาสน์ คิดเป็นร้อยละ 0.2 ไม่ได้ประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 0.2 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	131	32.7
5,001-10,000 บาท	119	29.7
เกินกว่า 10,000 บาท	150	37.6
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกินกว่า 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.7 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.7

ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง

พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง	จำนวน	ร้อยละ
เคย	211	52.7
ไม่เคย	189	47.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำสำรองคือ เคยบริโภคน้ำสำรอง คิดเป็นร้อยละ 52.7 และไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง คิดเป็นร้อยละ 47.3

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่เคยบริโภคน้ำสำรองจำแนกตามประเภทบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภค

ประเภทบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
บรรจุสดในแก้วหรือขวดพลาสติก	186	46.5
บรรจุในกระป๋องอะลูมิเนียมแบบสเตอริไรซ์	44	11.0
บรรจุสดในถุงพลาสติก	6	1.5
บรรจุในกล่อง	1	0.3

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคน้ำสำรองมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำสำรอง คือเคยบริโภคน้ำสำรองในบรรจุภัณฑ์ประเภทบรรจุสดในแก้วหรือขวดพลาสติก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาได้แก่ บรรจุในกระป๋องอะลูมิเนียมแบบสเตอริไรซ์ คิดเป็นร้อยละ 11.0 บรรจุสดในถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 1.5 และบรรจุในกล่อง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่เคชบริโกลน้ำสำรองจำแนกตามความถี่ในการบริโภค

ความถี่ในการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง	32	15.2
เดือนละ 1-2 ครั้ง	38	18.0
นานกว่า 1 เดือนต่อครั้ง	141	66.8
รวม	211	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคชบริโกลน้ำสำรองมีความถี่ในการบริโภคน้ำสำรองนานกว่า 1 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาได้แก่ เดือนละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.0 และอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.2

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่เคชบริโกลน้ำสำรองจำแนกตามจำนวนที่ซื้อน้ำสำรองแต่ละครั้ง

จำนวนที่ซื้อน้ำสำรองแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 (แก้ว, ขวด, กระจปอง)	155	73.6
2 (แก้ว, ขวด, กระจปอง)	25	11.9
3 (แก้ว, ขวด, กระจปอง)	8	3.9
6 (แก้ว, ขวด, กระจปอง)	11	5.3
12 (แก้ว, ขวด, กระจปอง)	11	5.3
รวม	211	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคชบริโกลน้ำสำรองซื้อน้ำสำรองแต่ละครั้งจำนวน 1 (แก้ว, ขวด, กระจปอง) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.6 รองลงมาได้แก่ 2 (แก้ว, ขวด, กระจปอง) คิดเป็นร้อยละ 11.9 6 และ 12 (แก้ว, ขวด, กระจปอง) คิดเป็นร้อยละ 5.3 และ 3 (แก้ว, ขวด, กระจปอง) น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.9

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่เคยบริโกลน้ำสำรองจำแนกตามเหตุผลที่บริโกลน้ำสำรอง

เหตุผลที่บริโกลน้ำสำรอง	จำนวน	ร้อยละ
อยากลอง	151	37.8
มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย	110	27.5
มีคนแนะนำ	96	24.0
ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย	39	9.8
รสชาติอร่อย	34	8.5
ราคาไม่แพง	34	8.5
จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	22	5.5
หาซื้อได้สะดวก	12	3.0
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	3	0.8
มีคนซื้อให้	2	0.5

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโกลน้ำสำรองมีเหตุผลที่บริโกลน้ำสำรองว่า อยากลอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาได้แก่ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 24.0 ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 9.8 รสชาติอร่อยและราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 8.5 จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 5.5 หาซื้อได้สะดวก คิดเป็นร้อยละ 3.0 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 0.8 และมีคนซื้อให้ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่เคยบริโกคน้ำสำรองจำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำสำรอง

สถานที่ซื้อน้ำสำรอง	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดสด	69	32.8
ร้านค้าทั่วไป	67	31.8
ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า	39	18.6
ผู้จำหน่ายตรง	29	13.8
ร้านสมุนไพรร	4	2.0
มีคนซื้อให้	2	1.0
รวม	211	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโกคน้ำสำรองซื้อน้ำสำรองจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 31.8 ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 18.6 ผู้จำหน่ายตรง คิดเป็นร้อยละ 13.8 ร้านสมุนไพรร คิดเป็นร้อยละ 2.0 และมีคนซื้อให้ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0



ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่เคชบริโคน้ำสำรองจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อน้ำสำรองจากสถานทีนั้น

เหตุผลที่เลือกซื้อน้ำสำรองจากสถานทีนั้น	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวก	123	30.8
ใกล้บ้านหรือที่อาศัย	57	14.3
ความเคยชิน/ประจำ	40	10.0
สถานที่จำหน่ายมีความสะอาด ปลอดภัย	25	6.3
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพ	21	5.3
เป็นที่รู้จัก	14	3.5
ใกล้ที่ทำงาน	13	3.3
มีคนซื้อให้	2	0.5

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคชบริโคน้ำสำรองมีเหตุผลที่เลือกซื้อน้ำสำรองจากสถานทีนั้นว่ามีความสะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาได้แก่ ใกล้บ้านหรือที่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 14.3 ความเคยชิน/ประจำ คิดเป็นร้อยละ 10.0 สถานที่จำหน่ายมีความสะอาด ปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 6.3 สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 5.3 เป็นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 3.5 ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และมีคนซื้อให้ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง  
จำแนกตามเหตุผลที่ไม่เลือกซื้อน้ำสำรอง

เหตุผลที่ไม่เลือกบริโภคน้ำสำรอง	จำนวน	ร้อยละ
หาซื้อยาก	76	19.0
ไม่เชื่อถือในคุณภาพและสรรพคุณ	51	12.8
รสชาติไม่อร่อย	40	10.0
ไม่รู้จกถึงคุณภาพและสรรพคุณเพียงพอ	30	7.5
ยังไม่อยู่ในความสนใจ	22	5.5
ไม่สนใจนำสมุนไพรมานำ	8	2.0
ราคาแพง	5	1.3

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรองมีเหตุผลที่ไม่เลือกซื้อน้ำสำรองว่า หาซื้อยาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมาได้แก่ ไม่เชื่อถือในคุณภาพและสรรพคุณ คิดเป็นร้อยละ 12.8 รสชาติไม่อร่อย คิดเป็นร้อยละ 10.0 ไม่รู้จกถึงคุณภาพและสรรพคุณเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 7.5 ยังไม่อยู่ในความสนใจ คิดเป็นร้อยละ 5.5 ไม่สนใจนำสมุนไพรมานำ คิดเป็นร้อยละ 2.0 และราคาแพง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง  
จำแนกตามประเภทบรรจุภัณฑ์ของน้ำสำรองที่อยากบริโภค

ประเภทบรรจุภัณฑ์น้ำสำรองที่อยากบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
บรรจุสดในแก้วหรือขวดพลาสติก	116	61.4
บรรจุในกระป๋องอะลูมิเนียมแบบสเตอริไรซ์	64	33.9
บรรจุในขวดแก้ว	8	4.2
บรรจุในกล่อง	1	0.5
รวม	189	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรองอยากบริโภคน้ำสำรองจากประเภทบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสดในแก้วหรือขวดพลาสติก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาได้แก่ บรรจุในกระป๋องอะลูมิเนียมแบบสเตอริไรซ์ คิดเป็นร้อยละ 33.9 บรรจุในขวดแก้ว คิดเป็นร้อยละ 4.2 และบรรจุในกล่อง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคน้ำสำรอง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคน้ำสำรอง	จำนวน	ร้อยละ
มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย	112	28.0
อยากลอง	105	26.3
รสชาติอร่อย	76	19.0
ราคาไม่แพง	64	16.0
หาซื้อได้สะดวก	59	14.8
มีคนแนะนำ	56	14.0
จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	35	8.8
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	33	8.3
ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย	33	8.3

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรองเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคน้ำสำรอง คือ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาได้แก่ อยากลอง คิดเป็นร้อยละ 26.3 รสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 19.0 ราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 16.0 หาซื้อได้สะดวก คิดเป็นร้อยละ 14.8 มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 14.0 จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 8.8 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.3

2. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
จำแนกตามลักษณะของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศกับพฤติกรรมกา  
เลือกบริโภคน้ำสำรอง

เพศ	พฤติกรรมกาเลือกบริโภคน้ำสำรอง				รวม	
	เคย		ไม่เคย		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ชาย	52	43.3	68	56.7	120	100.0
หญิง	159	56.7	121	43.3	280	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคน้ำสำรองเป็นเพศหญิง คิดเป็น  
ร้อยละ 56.7 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรองเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.7 และเพศ  
หญิง คิดเป็นร้อยละ 43.3

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุกับพฤติกรรมกา  
เลือกบริโภคน้ำสำรอง

อายุ	พฤติกรรมกาเลือกบริโภคน้ำสำรอง				รวม	
	เคย		ไม่เคย		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
15-24 ปี	96	45.3	116	54.7	212	100.0
25-34 ปี	83	54.6	69	45.4	152	100.0
35 ปีขึ้นไป	32	88.9	4	11.1	36	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคน้ำสำรองมีอายุ 35 ปีขึ้นไป มาก  
ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.9 รองลงมาได้แก่ อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.6 และอายุ 15-24 ปี น้อย  
ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรงมีอายุ 15-24 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาได้แก่ อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.4 และอายุ 35 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.1

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับ พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรง				รวม	
	เคย		ไม่เคย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	59	44.9	72	55.1	131	100.0
5,001-10,000 บาท	69	58.4	50	41.6	119	100.0
เกินกว่า 10,000 บาท	82	54.9	68	45.1	150	100.0

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคน้ำสำรงมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.4 รองลงมาได้แก่ เกินกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.9 และ ไม่เกิน 5,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรงมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาได้แก่ เกินกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.1 และ 5,001-10,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.6

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศกับความถี่ในการบริโภคน้ำสำรอง

เพศ	ความถี่ในการบริโภค							
	อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง		เดือนละ 1-2 ครั้ง		นานกว่า 1 เดือนต่อครั้ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	7	5.5	9	7.8	36	36.0	52	100.0
หญิง	25	9.0	28	10.0	105	37.6	158	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำสำรองอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 5.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำสำรองเดือนละ 1-2 ครั้ง เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 7.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำสำรองนานกว่า 1 เดือนต่อครั้ง เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 37.6 และ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.0

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุกับความถี่ในการ  
บริโภคน้ำสำรอง

อายุ	ความถี่ในการบริโภค							
	อย่างน้อยสัปดาห์ ละครั้ง		เดือนละ 1-2 ครั้ง		นานกว่า 1 เดือน ต่อครั้ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
15-24 ปี	11	11.4	23	24.0	62	64.6	96	100.0
25-34 ปี	10	12.0	11	13.3	62	74.7	83	100.0
35 ปีขึ้นไป	12	37.5	3	9.3	17	53.2	32	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำสำรองอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาได้แก่ อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.0 และ อายุ 15-24 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำสำรองเดือนละ 1-2 ครั้ง มีอายุ 15-24 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาได้แก่ อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3 และอายุ 35 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำสำรองนานกว่า 1 เดือนต่อครั้ง มีอายุ 25-34 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.7 ปี รองลงมาได้แก่ อายุ 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.6 และ อายุ 35 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.2

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความถี่ในการบริโภคน้ำสำรอง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่ในการบริโภค							
	อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง		เดือนละ 1-2 ครั้ง		นานกว่า 1 เดือนต่อครั้ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	10	17.0	18	30.5	31	52.5	59	100.0
5,001-10,000 บาท	5	7.2	11	16.0	53	76.8	69	100.0
เกินกว่า 10,000 บาท	16	19.5	9	11.0	57	69.5	82	100.0

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำสำรองอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกินกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 5,001-10,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำสำรองเดือนละ 1-2 ครั้ง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.5 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ น้อยที่สุด เกินกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำสำรองนานกว่า 1 เดือนต่อครั้งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.8 รองลงมาได้แก่ เกินกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 69.5 และ ไม่เกิน 5,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5



ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่บริโภคน้ำ  
สำรองกับเพศ

เหตุผลที่บริโภคน้ำสำรอง	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยากลอง	36	9.0	115	28.8
มีคนแนะนำ	20	5.0	76	19.0
จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	4	1.0	17	4.3
รสชาติอร่อย	9	2.3	24	6.0
มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย	23	5.8	87	21.8
ราคาไม่แพง	8	2.0	25	6.3
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	1	0.3	1	0.3
หาซื้อได้สะดวก	4	1.0	8	2.0
ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย	11	2.8	28	7.0
มีคนซื้อให้	0	0.0	1	0.3

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อจำนวน

2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและบริโภคน้ำสำรองมีเหตุผลที่บริโภคน้ำสำรองคือ อยากลอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.0 รองลงมาได้แก่ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 5.8 มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 5.0 ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 2.8 รสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 2.3 ราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 2.0 จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และหาซื้อได้สะดวก มีค่าเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 1.0 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 0.3 และมีคนซื้อให้ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงและบริโภคน้ำสำรองมีเหตุผลที่บริโภคน้ำสำรองคืออยากลอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาได้แก่ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 21.8 มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 19.0 ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 7.0 ราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 6.3 รสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 6.0 จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 4.3 หาซื้อได้สะดวก คิดเป็นร้อยละ 2.0 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และมีคนซื้อให้ มีค่าเท่ากันและน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่บริโภคน้ำ  
 สำรองกับอายุ

เหตุผลที่บริโภคน้ำสำรอง	อายุ					
	15-24 ปี		25-34 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยากลอง	73	18.3	60	15.0	18	4.5
มีคนแนะนำ	47	11.8	30	7.5	19	4.8
จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	15	3.8	2	0.5	4	1.0
รสชาติอร่อย	15	3.8	13	3.3	5	1.3
มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย	52	13.0	43	10.8	15	3.8
ราคาไม่แพง	15	3.8	14	3.5	4	1.0
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	2	0.5	0	0.0	0	0.0
หาซื้อได้สะดวก	4	1.0	4	1.0	4	1.0
ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย	15	3.8	17	4.3	7	1.8
มีคนซื้อให้	0	0.0	1	0.3	0	0.0

หมายเหตุ: 1.ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี และบริโภคน้ำสำรองมีเหตุผลที่บริโภคน้ำสำรองคือ อยากลอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.3 รองลงมาได้แก่ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 13.0 มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 11.8 จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รสชาติอร่อย ราคาไม่แพง และต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทยมีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.8 หาซื้อได้สะดวก คิดเป็นร้อยละ 1.0 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 0.5 และมีคนซื้อให้ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี และบริโภคน้ำสำรองมีเหตุผลที่บริโภคน้ำสำรองคืออยากลอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.0 รองลงมาได้แก่ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 10.8 มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 7.5 ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 3.5 รสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 3.3 หาซื้อได้สะดวก คิดเป็นร้อยละ 1.0 จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 0.5 มีคนซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 0.3 และบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป และบริโภคน้ำสำรองมีเหตุผลที่บริโภคน้ำสำรอง คือ มีคนแนะนำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.8 รองลงมาได้แก่ อยากลอง คิดเป็นร้อยละ 4.5 มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 3.8 ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 1.8 รสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 1.3 จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ราคาไม่แพง หาซื้อได้สะดวกและมีคนซื้อให้มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่บริโภคน้ำสำรองกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลที่บริโภคน้ำสำรอง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		เกินกว่า 10,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยากลอง	43	10.8	52	13.0	56	14.0
มีคนแนะนำ	28	7.0	33	8.3	35	8.8
จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	5	1.3	12	3.0	5	1.3
รสชาติอร่อย	5	1.3	10	2.5	18	4.5
มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย	28	7.0	35	8.8	47	11.8
ราคาไม่แพง	7	1.8	16	4.0	11	2.8
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	3	0.8	0	0.0	0	0.0
หาซื้อได้สะดวก	0	0.0	4	1.0	8	2.0
ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย	7	1.8	15	3.8	17	4.3
มีคนซื้อให้	0	0.0	1	0.3	0	0.0

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และบริโภคน้ำสำรองมีเหตุผลที่บริโภคน้ำสำรองคือ อยากลอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.8 รองลงมาได้แก่ มีคนแนะนำและมีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย มีค่าเท่ากันคิดเป็นร้อยละ

7.0 ราคาไม่แพง และต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทยมีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 1.8 จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และรสชาติอร่อย มีค่าเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 1.3 บรรจุก้นที่มีความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 0.8 หาซื้อได้สะดวกและมีคนซื้อให้มีค่าเท่ากับ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และบริโภคน้ำสำรองมีเหตุผลที่บริโภคน้ำสำรองคือ อากาศร้อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.0 รองลงมาได้แก่ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 8.8 มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 8.3 ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 3.8 ราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 4.0 จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 3.0 รสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 2.5 หาซื้อได้สะดวก คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีคนซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 0.3 และบรรจุก้นที่มีความสวยงาม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกินกว่า 10,000 บาท และบริโภคน้ำสำรองมีเหตุผลที่บริโภคน้ำสำรองคือ อากาศร้อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.0 รองลงมาได้แก่ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 11.8 มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 8.8 รสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 4.5 ต้องการสนับสนุนน้ำสมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 2.8 หาซื้อได้สะดวก คิดเป็นร้อยละ 2.0 จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 1.3 บรรจุก้นที่มีความสวยงามและมีคนซื้อให้มีค่าเท่ากับ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำสำรองกับเพศ

สถานที่ซื้อน้ำสำรอง	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าทั่วไป	23	5.8	44	11.0
ตลาดสด	11	2.8	59	14.8
ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า	9	2.3	28	7.0
ผู้จำหน่ายตรง	8	2.0	22	5.5
ร้านสมุนไพรมินิ	1	0.3	6	1.5

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและบริโคน้ำสำรอง ซื้อน้ำสำรองจากร้านค้าทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.8 รองลงมาได้แก่ ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 2.8 ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 2.3 ผู้จำหน่ายตรง คิดเป็นร้อยละ 2.0 และร้านสมุนไพรมินิ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงและบริโคน้ำสำรอง ซื้อน้ำสำรองจากตลาดสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.0 รองลงมาได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 14.8 ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 7.0 ผู้จำหน่ายตรง คิดเป็นร้อยละ 5.5 และร้านสมุนไพรมินิ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำสำรองกับ  
อายุ

สถานที่ซื้อน้ำสำรอง	อายุ					
	15-24 ปี		25-34 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าทั่วไป	41	10.3	19	4.8	7	1.8
ตลาดสด	33	8.3	28	7.0	9	2.3
ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า	9	2.3	16	4.0	12	3.0
ผู้จำหน่ายตรง	12	3.0	16	4.0	2	0.5
ร้านสมุนไพรมินิ	0	0.0	4	1.0	3	0.8

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปีและบริโภคน้ำสำรอง ซื้อน้ำสำรองจากร้านค้าทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.3 รองลงมาได้แก่ ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 8.3 ผู้จำหน่ายตรง คิดเป็นร้อยละ 3.0 ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 2.3 และร้านสมุนไพรมินิ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปีและบริโภคน้ำสำรอง ซื้อน้ำสำรองจากตลาดสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.0 รองลงมาได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 4.8 ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า และผู้จำหน่ายตรงมีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และร้านสมุนไพรมินิ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปและบริโภคน้ำสำรอง ซื้อน้ำสำรองจากร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.0 รองลงมาได้แก่ ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 2.3 ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 1.8 ร้านสมุนไพรมินิ คิดเป็นร้อยละ 0.8 และผู้จำหน่ายตรง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำสำรองกับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานที่ซื้อน้ำสำรอง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		เกินกว่า 10,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าทั่วไป	25	6.3	17	4.3	25	6.3
ตลาดสด	17	4.3	33	8.3	20	5.0
ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า	7	1.8	8	2.0	22	5.5
ผู้จำหน่ายตรง	9	2.3	8	2.0	12	3.0
ร้านสมุนไพรม	0	0.0	3	0.8	4	1.0

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และบริโภคน้ำสำรอง ซื้อน้ำสำรองจากร้านค้าทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3 รองลงมาได้แก่ ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 4.3 ผู้จำหน่ายตรง คิดเป็นร้อยละ 2.3 ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.8 และร้านสมุนไพรม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และบริโภคน้ำสำรอง ซื้อน้ำสำรองจากตลาดสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.3 รองลงมาได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 4.3 ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 2.0 ผู้จำหน่ายตรง คิดเป็นร้อยละ 2.0 และร้านสมุนไพรม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกินกว่า 10,000 บาท และบริโภคน้ำสำรอง ซื้อน้ำสำรองจากร้านค้าทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3 รองลงมาได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 5.0 ผู้จำหน่ายตรง คิดเป็นร้อยละ 3.0 และร้านสมุนไพรม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0

ข้อมูลเกี่ยวกับความเข้าใจ และความรู้สึกของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อน้ำสำรอง

1. องค์ประกอบด้านความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ

ความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ	ระดับความรู้						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายช่วยให้รู้สึกอิ่ม	31 (7.7)	68 (17.0)	180 (45.0)	88 (22.0)	33 (8.3)	400 (100)	2.94	1.02	ปานกลาง
น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้วหรือขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม	35 (8.8)	87 (21.8)	169 (42.2)	85 (21.2)	24 (6.0)	400 (100)	3.06	1.01	ปานกลาง
น้ำสำรองบางตราหือ ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ	15 (3.8)	61 (15.2)	161 (40.2)	120 (30.0)	43 (11.8)	400 (100)	2.71	0.97	ปานกลาง
ราคาของน้ำสำรองไม่แตกต่างจากราคาของน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ	16 (4.0)	91 (22.7)	160 (40.0)	103 (25.8)	30 (7.5)	400 (100)	2.90	0.97	ปานกลาง
ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี	22 (5.5)	49 (12.2)	145 (36.3)	132 (33.0)	52 (13.0)	400 (100)	2.64	1.03	ปานกลาง
ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี	16 (4.0)	35 (8.8)	129 (32.2)	155 (38.8)	65 (16.2)	400 (100)	2.45	1.00	น้อย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>2.78</b>	<b>0.22</b>	<b>ปานกลาง</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด



จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง (2.78) และเมื่อพิจารณาเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในระดับปานกลางและน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (3.06) รองลงมาได้แก่ น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้วเจี๋ยคอก แก้วไข่ แก้วไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอิ่ม (2.94) ราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ (2.90) น้ำสำรองบางตราขี้ห่อที่จำหน่ายในท้องตลาด ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.71) ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.64) และท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.45)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

2. องค์ประกอบด้านความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกบริโภค และลักษณะของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ จำแนกตาม  
พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง

ความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ	พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง		รวม
	เคยบริโภคน้ำสำรอง	ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายช่วยให้รู้สึกอิ่ม	3.28 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้วหรือขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม	3.37 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
น้ำสำรองบางตราหือ ได้รับการรับรองมาตรฐาน คุณภาพ	2.92 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)
ราคาของน้ำสำรองไม่แตกต่างจากราคาของน้ำ สมุนไพรประเภทอื่นๆ	3.20 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี	3.01 (ปานกลาง)	2.23 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)
ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี	2.80 (ปานกลาง)	2.07 (น้อย)	2.45 (น้อย)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.10</b> (ปานกลาง)	<b>2.44</b> (น้อย)	<b>2.78</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความรู้เกี่ยวกับน้ำ  
สำรองด้านต่างๆโดยรวมในระดับปานกลาง (3.10) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองใน  
ด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ น้ำ  
สำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม  
(3.37) รองลงมาได้แก่ น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วย

ระบบขั้วถ่ายและช่วยให้รู้สึกอึด (3.28) ราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ (3.20) ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (3.01) น้ำสำรองบางตราที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.92) และท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองด้านต่างๆ โดยรวมในระดับน้อย (2.44) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ในระดับปานกลางและน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (2.71) รองลงมาได้แก่ น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอึด และราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ มีค่าเท่ากัน (2.56) น้ำสำรองบางตราที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.48) ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.23) และท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.07)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ จำแนกตามเพศ

ความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายช่วยให้รู้สึกอิ่ม	2.70 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้วหรือขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม	2.68 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
น้ำสำรองบางตราหือ ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ	2.53 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
ราคาของน้ำสำรองไม่แตกต่างจากราคาของน้ำ สมุนไพรประเภทอื่นๆ	2.57 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ทำนรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี	2.47 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
ทำนรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี	2.30 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>2.54</b> (ปานกลาง)	<b>2.89</b> (ปานกลาง)	<b>2.78</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง (2.54) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ในระดับปานกลางและน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอิ่ม (2.70) รองลงมาได้แก่ น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (2.68) ราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ (2.57) น้ำสำรองบางตราหือที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.53) ทำนรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.47) และทำนรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง (2.89) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (3.22) รองลงมาได้แก่ น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้วเก็บคอ แก้วไข่ แก้วไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอิ่ม และราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่น ๆ มีค่าเท่ากัน (3.04) น้ำสำรองบางตราหือที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.79) ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.71) และท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.52)

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ จำแนกตามอายุ

ความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ	อายุ			รวม
	15-24 ปี	25-34 ปี	35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้วเก็บคอ แก้วไข่ แก้วไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายช่วยให้รู้สึกอิ่ม	2.92 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้วหรือขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม	3.14 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
น้ำสำรองบางตราหือที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ	2.76 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
ราคาของน้ำสำรองไม่แตกต่างจากราคาของน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ	2.93 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี	2.59 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี	2.42 (น้อย)	2.41 (น้อย)	2.85 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>2.79</b> (ปานกลาง)	<b>2.71</b> (ปานกลาง)	<b>3.02</b> (ปานกลาง)	<b>2.78</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1. ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองด้านต่างๆโดยรวมในระดับปานกลาง (2.79) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ในระดับปานกลางและน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (3.14) รองลงมาได้แก่ ราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ (2.93) น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอิ่ม (2.92) น้ำสำรองบางตราหือที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.76) ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.59) และท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองด้านต่างๆโดยรวมในระดับปานกลาง (3.02) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ในระดับปานกลางและน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (2.98) รองลงมาได้แก่ น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอิ่ม (2.85) ราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ (2.82) น้ำสำรองบางตราหือที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.65) ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.56) และท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปมีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองด้านต่างๆโดยรวมในระดับปานกลาง (2.71) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอิ่ม (3.41) รองลงมาได้แก่ ท่านรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (3.26) ราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ (3.04) น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (2.89) ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.85) และน้ำสำรองบางตราหือที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.70)

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	เกินกว่า 10,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายช่วยให้รู้สึกอิ่ม	2.93 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้วหรือขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม	3.15 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
น้ำสำรองบางตราหยี่ห้อ ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ	2.77 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
ราคาของน้ำสำรองไม่แตกต่างจากราคาของน้ำ สมุนไพรประเภทอื่นๆ	2.89 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ทำนรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี	2.58 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
ทำนรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี	2.38 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.45 (น้อย)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>2.78</b> (ปานกลาง)	<b>2.85</b> (ปานกลาง)	<b>2.73</b> (ปานกลาง)	<b>2.78</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1. ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาทมีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง (2.78) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในระดับปานกลางและน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (3.15) รองลงมาได้แก่ น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอิ่ม (2.93) ราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ (2.89) น้ำสำรองบางตราหยี่ห้อที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.77) ทำนรู้จักถึง

สรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.58) และทำนุรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง (2.85) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (3.11) รองลงมาได้แก่ราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ (3.04) น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอิ่ม (2.97) น้ำสำรองบางตราหือที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.76) ทำนุรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.71) และทำนุรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกินกว่า 10,000 บาท มีความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองด้านต่างๆ โดยรวมในระดับปานกลาง (2.73) และเมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับน้ำสำรองในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในระดับปานกลางและน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ น้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีขายในบรรจุภัณฑ์ ทั้งแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องอะลูมิเนียม (2.93) รองลงมาได้แก่ น้ำสำรองมีสรรพคุณทางยา เช่น แก้เจ็บคอ แก้ไข้ แก้ไอ มีกากใยสูงช่วยระบบขับถ่ายและช่วยให้รู้สึกอิ่ม (2.92) ราคาของน้ำสำรองที่จำหน่ายในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างจากราคาของเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรประเภทอื่นๆ (2.79) ทำนุรู้จักถึงสรรพคุณของน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.64) น้ำสำรองบางตราหือที่จำหน่ายในท้องตลาดได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (2.63) และทำนุรู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำสำรองเป็นอย่างดี (2.47)



3. องค์ประกอบด้านความรู้สึของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับความพอใจ  
เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพอใจ						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้	25 (1.8)	77 (20.0)	211 (52.8)	80 (19.2)	7 (6.2)	400 (100)	3.09	0.84	ปานกลาง
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	23 (5.8)	72 (18.0)	224 (51.8)	76 (21.2)	5 (3.2)	400 (100)	3.08	0.80	ปานกลาง
มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย	28 (7.0)	67 (16.8)	207 (51.8)	85 (21.2)	13 (3.2)	400 (100)	3.03	0.89	ปานกลาง
รสชาติอร่อย	25 (6.2)	69 (17.2)	188 (47.0)	107 (26.8)	11 (2.8)	400 (100)	2.98	0.90	ปานกลาง
การปรุงแต่งกลิ่นและสี	19 (4.8)	73 (18.2)	183 (45.8)	116 (29.0)	9 (2.2)	400 (100)	2.94	0.90	ปานกลาง
ความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์	14 (3.5)	68 (17.0)	156 (39.0)	157 (39.2)	5 (1.3)	400 (100)	2.82	0.85	ปานกลาง
มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ	43 (10.8)	111 (27.8)	147 (36.7)	90 (22.5)	9 (2.2)	400 (100)	3.22	0.99	ปานกลาง
มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต	46 (11.5)	93 (23.2)	152 (38.0)	101 (25.3)	8 (2.0)	400 (100)	3.17	1.00	ปานกลาง
มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา	48 (12.0)	76 (19.0)	152 (38.0)	101 (25.2)	23 (5.8)	400 (100)	3.06	1.07	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>							<b>3.04</b>	<b>0.12</b>	<b>ปานกลาง</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองโดยรวมในระดับปานกลาง (3.04) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับน้ำสำรองในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

มีฉลากระบุวัน เดือน ปีที่ผลิต วันหมดอายุ (3.22) รองลงมาได้แก่ มีฉลากระบุผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและสถานที่ผลิต (3.17) มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ (3.09) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.08) มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (3.06) มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย (3.03) รสชาติอร่อย (2.98) การปรุงแต่งกลิ่นและสีส่น (2.94) และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.82)

**ตารางที่ 4.34** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพอใจ						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ	32 (8.0)	91 (22.8)	212 (53.0)	60 (15.0)	5 (1.2)	400 (100)	3.21	0.84	ปานกลาง
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ	24 (6.0)	97 (24.2)	212 (53.0)	63 (15.8)	4 (1.0)	400 (100)	3.19	0.80	ปานกลาง
	<b>เฉลี่ย</b>						<b>3.20</b>	<b>0.01</b>	<b>ปานกลาง</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองโดยรวมในระดับปานกลาง (3.20) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับน้ำสำรองในปัจจัยย่อยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.21) รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.19)

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพอใจ						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	36 (9.0)	78 (19.5)	149 (37.3)	128 (32.0)	9 (2.2)	400 (100)	3.01	0.98	ปานกลาง
มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	20 (5.0)	55 (13.8)	129 (32.2)	175 (43.8)	21 (5.2)	400 (100)	2.69	0.95	ปานกลาง
มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย	20 (5.0)	65 (16.2)	137 (34.2)	155 (38.8)	23 (5.8)	400 (100)	2.76	0.96	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>							<b>2.82</b>	<b>0.17</b>	<b>ปานกลาง</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองโดยรวมในระดับปานกลาง (2.82) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับน้ำสำรองในปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (3.01) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.76) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.69)

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพอใจ						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	21 (5.2)	32 (8.0)	103 (25.8)	203 (50.8)	41 (10.2)	400 (100)	2.47	0.97	น้อย
มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ	16 (4.0)	40 (10.0)	100 (25.0)	206 (51.5)	38 (9.5)	400 (100)	2.46	0.93	น้อย
<b>เฉลี่ย</b>							<b>2.46</b>	<b>0.01</b>	<b>น้อย</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองโดยรวมในระดับน้อย (2.46) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับน้ำสำรองในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.47) รองลงมาได้แก่ มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.46)

4. องค์ประกอบด้านความรู้สึของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำสำรองในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกบริโภค และลักษณะของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สำรองในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง

ด้านผลิตภัณฑ์	พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง		รวม
	เคยบริโภคน้ำสำรอง	ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้	3.23 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.23 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย	3.11 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รสชาติอร่อย	3.14 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
การปรุงแต่งกลิ่นและสีส้ม	2.97 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์	2.83 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ	3.26 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต	3.24 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา	3.05 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.12</b> (ปานกลาง)	<b>2.95</b> (ปานกลาง)	<b>3.04</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (3.12) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ (3.26) รองลงมาได้แก่ มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต (3.24) มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากัน (3.23) รสชาติอร่อย (3.14) มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย (3.11) มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (3.05) การปรุงแต่งกลิ่นและสีสัง (2.97) และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (3.95) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ (3.17) รองลงมาได้แก่ มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต และมีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา มีค่าเท่ากัน (3.08) มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย (2.93) มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ (2.92) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการปรุงแต่งกลิ่นและสีสัง มีค่าเท่ากัน (2.90) รสชาติอร่อย และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.80)

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สำรองในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้	3.00 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.01 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย	2.97 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รสชาติอร่อย	2.92 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
การปรุงแต่งกลิ่นและสีส่น	2.87 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์	2.69 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ	3.26 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต	3.22 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการ การอาหารและยา	3.14 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
เฉลี่ย	3.01 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (3.01) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ (3.26) รองลงมาได้แก่ มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต (3.22) มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (3.14) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.01) มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ (3.00) มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย (2.97) รสชาติอร่อย (2.92) การปรุงแต่งกลิ่นและสีส่น (2.87) และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (3.05) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ (3.20) รองลงมาได้แก่ มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต (3.14) มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ (3.12) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.10) มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย (3.05) มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (3.03) รสชาติอร่อย (3.00) การปรุงแต่งกลิ่นและสีส่น (2.97) และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.87)



ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สำรองในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			รวม
	15-24 ปี	25-34 ปี	35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้	3.10 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.07 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย	3.07 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รสชาติอร่อย	3.06 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
การปรุงแต่งกลิ่นและสีส้ม	3.04 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์	2.89 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ	3.20 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต	3.12 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหาร และยา	3.05 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.07</b> (ปานกลาง)	<b>3.03</b> (ปานกลาง)	<b>2.95</b> (ปานกลาง)	<b>3.04</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (3.07) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ (3.20) รองลงมาได้แก่ มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต (3.12) มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ (3.10) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย มีค่าเท่ากัน (3.07) รสชาติอร่อย (3.06) มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (3.05) การปรุงแต่งกลิ่นและสีสัง (3.04) และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (3.03) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ และมีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต มีค่าเท่ากัน (3.25) รองลงมาได้แก่ มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (3.15) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย มีค่าเท่ากัน (3.08) มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ (3.04) รสชาติอร่อย (2.85) การปรุงแต่งกลิ่นและสีสัง (2.84) และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (2.95) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ (3.22) รองลงมาได้แก่ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ (3.15) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.11) มีฉลากระบุ ผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต (3.07) รสชาติอร่อย (3.04) ความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.81) การปรุงแต่งกลิ่นและสีสัง และมีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา มีค่าเท่ากัน (2.78) และมาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย (2.56)

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สำรองในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	เกินกว่า 10,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้	3.15 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.17 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย	3.13 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รสชาติอร่อย	3.07 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
การปรุงแต่งกลิ่นและสีส่น	3.06 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์	2.93 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ	3.26 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต	3.19 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหาร และยา	3.11 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
เฉลี่ย	3.12 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (3.12) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ (3.26) รองลงมาได้แก่ มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต (3.19) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.17) มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ (3.15) มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย (3.13) มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (3.11) รสชาติอร่อย (3.07) การปรุงแต่งกลิ่นและสีสัง (3.06) และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (2.95) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ (3.21) รองลงมาได้แก่ มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้และมีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต มีค่าเท่ากัน (3.02) การปรุงแต่งกลิ่นและสีสัง (2.98) รสชาติอร่อย (2.97) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (2.94) มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย และมีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา มีค่าเท่ากัน (2.89) และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกินกว่า 10,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง (3.04) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ (3.27) รองลงมาได้แก่ มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต (3.26) มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (3.16) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.10) มีสรรพคุณตามที่ระบุไว้ (3.08) มาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย (3.04) รสชาติอร่อย (2.91) การปรุงแต่งกลิ่นและสีสัง (2.80) และความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ (2.79)

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
 สำรองในด้านราคา จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง

ด้านราคา	พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง		รวม
	เคยบริโภคน้ำสำรอง	ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ	3.28 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ	3.30 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.29</b> (ปานกลาง)	<b>3.10</b> (ปานกลาง)	<b>3.20</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด  
 2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.29) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.30) และความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.10) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.13) และความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.06)

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สํารองในด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ	3.12 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ	3.10 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.11</b> (ปานกลาง)	<b>3.24</b> (ปานกลาง)	<b>3.20</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด  
2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.11) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.12) และความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.24) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.25) และความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.22)

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สํารองในด้านราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ			รวม
	15-24 ปี	25-34 ปี	35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ	3.18 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่ม สมุนไพรชนิดอื่นๆ	3.22 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.20</b> (ปานกลาง)	<b>3.24</b> (ปานกลาง)	<b>3.06</b> (ปานกลาง)	<b>3.20</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด  
2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.20) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.22) และความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.24) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.30) และความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.06) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.07) และความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.04)

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สำรองในด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	เกินกว่า 10,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ	3.17 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่ม สมุนไพรชนิดอื่นๆ	3.18 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.18</b> (ปานกลาง)	<b>3.16</b> (ปานกลาง)	<b>3.24</b> (ปานกลาง)	<b>3.20</b> (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.18) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.18) และความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.16) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.19) และความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.13)



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกินกว่า 10,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.24) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ (3.30) และความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่นๆ (3.18)

**ตารางที่ 4.45** แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง

 ด้านการจัดจำหน่าย	พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง		รวม
	เคยบริโภคน้ำสำรอง	ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	3.08 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	2.71 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย	2.80 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>2.86</b> (ปานกลาง)	<b>2.77</b> (ปานกลาง)	<b>2.82</b> (ปานกลาง)


หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (2.86) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (3.08) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.80) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (2.77) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (2.92) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.72) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.68)

**ตารางที่ 4.46** แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

 ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	2.96 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	2.72 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย	2.68 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
เฉลี่ย	2.79 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (2.79) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (2.96) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.72) และมีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (2.84) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (3.03) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.80) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.68)

**ตารางที่ 4.47** แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ			รวม
	15-24 ปี	25-34 ปี	35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	3.08 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	2.81 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.26 (น้อย)	2.69 (ปานกลาง)
มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย	2.87 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	2.76 (ปานกลาง)
เฉลี่ย	2.92 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.82 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (2.92) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (3.08) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.87) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (2.77) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (2.96) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.70) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับน้อย (2.47) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในระดับปานกลางและน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (2.78) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.37) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.26)

**ตารางที่ 4.48** แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	เกินกว่า 10,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	3.12 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	2.79 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย	2.83 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
เฉลี่ย	2.91 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (2.91) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (3.12) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.83) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (2.71) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (2.89) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.67) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกินกว่า 10,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (2.83) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (3.00) รองลงมาได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้านหรือที่อาศัย (2.79) และมีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน (2.70)

**ตารางที่ 4.49** แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
 สำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำ  
 สำรอง

ด้านการส่งเสริมการตลาด	พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำสำรอง		รวม
	เคยบริโภคน้ำ สำรอง	ไม่เคยบริโภคน้ำ สำรอง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.42 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)
มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ	2.44 (น้อย)	2.49 (น้อย)	2.46 (น้อย)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>2.43 (น้อย)</b>	<b>2.51 (ปานกลาง)</b>	<b>2.46 (น้อย)</b>

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับน้อย (2.43) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.44) และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคน้ำสำรอง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (2.51) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลางและน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.53) และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.49)

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.46 (น้อย)	2.48 (น้อย)	2.47 (น้อย)
มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ	2.44 (น้อย)	2.47 (น้อย)	2.46 (น้อย)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>2.45</b> (น้อย)	<b>2.48</b> (น้อย)	<b>2.46</b> (น้อย)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด  
2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับน้อย (2.45) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.46) และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับน้อย (2.48) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.48) และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.47)

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สํารองในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			รวม
	15-24 ปี	25-34 ปี	35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.52 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	2.41 (น้อย)	2.47 (น้อย)
มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ	2.54 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.46 (น้อย)
 เฉลี่ย	<b>2.53</b> (ปานกลาง)	<b>2.42</b> (น้อย)	<b>2.32</b> (น้อย)	<b>2.46</b> (น้อย)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด  
2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (2.53) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.52) และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับน้อย (2.42) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.42) และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับน้อย (2.32) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสํารองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.41) และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.22)



ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำ  
สำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	เกินกว่า 10,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.63 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	2.47 (น้อย)	2.47 (น้อย)
มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ	2.61 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.46 (น้อย)
เฉลี่ย	2.62 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.44 (น้อย)	2.46 (น้อย)

หมายเหตุ: 1.ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (2.62) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.63) และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับน้อย (2.33) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.36) และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกินกว่า 10,000 บาท มีความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับน้อย (2.44) และเมื่อพิจารณาความพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ในระดับน้อย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (2.47) และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (2.42)

#### ข้อมูลปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเลือกซื้อน้ำสำรอง

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การอ้างสรรพคุณเกินจริง	49 (12.2)	136 (34.0)	144 (36.0)	68 (17.0)	3 (0.8)	400 (100)	3.40	0.93	ปานกลาง
ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	44 (11.0)	117 (29.2)	155 (38.8)	79 (19.8)	5 (1.2)	400 (100)	3.29	0.95	ปานกลาง
ไม่มีมาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย	53 (13.2)	123 (30.8)	155 (38.8)	63 (15.7)	6 (1.5)	400 (100)	3.38	0.96	ปานกลาง
รสชาติไม่อร่อย	22 (5.5)	92 (23.0)	193 (48.2)	84 (21.0)	9 (2.3)	400 (100)	3.08	0.86	ปานกลาง
ไม่มีการปรุงแต่งกลิ่นสีันทำให้น่าบริโภคมากขึ้น	11 (2.8)	93 (23.2)	187 (46.8)	89 (22.2)	20 (5.0)	400 (100)	2.96	0.87	ปานกลาง
บรรจุภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย	21 (5.2)	75 (18.8)	175 (43.8)	113 (28.2)	16 (4.0)	400 (100)	2.93	0.92	ปานกลาง
ไม่มีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตวันหมดอายุ	53 (13.2)	104 (26.0)	164 (41.0)	68 (17.0)	11 (2.8)	400 (100)	3.30	0.99	ปานกลาง

ตารางที่ 4.53 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่มีฉลากระบุผู้ผลิตผู้จำหน่ายสถานที่ผลิต	47 (11.8)	109 (27.2)	162 (40.5)	73 (18.3)	9 (2.2)	400 (100)	3.28	0.97	ปานกลาง
ไม่มีเครื่องหมายรับ รองจากสำนักคณะ กรรมการอาหารและยา	75 (18.8)	109 (27.2)	144 (36.0)	63 (15.8)	9 (2.2)	400 (100)	3.44	1.04	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>							<b>3.23</b>	<b>0.19</b>	<b>ปานกลาง</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองโดยรวมในระดับปานกลาง (3.23) และเมื่อพิจารณาปัญหาเกี่ยวกับน้ำสำรองในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ไม่มีเครื่องหมายรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (3.44) รองลงมาได้แก่ การอ้างสรรพคุณเกินจริง (3.40) ไม่มีมาตรฐานในการผลิตที่สะอาดปลอดภัย (3.38) ไม่มีฉลากระบุวัน เดือน ปีที่ผลิต วันหมดอายุ (3.30) ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ (3.29) ไม่มีฉลากระบุผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และสถานที่ผลิต (3.28) รสชาติไม่อร่อย (3.08) ไม่มีการปรุงแต่งกลิ่นและสีสังเคราะห์น้ำบริโภคมากขึ้น (2.96) และบรรจุภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย (2.93)

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านราคา

ด้านราคา	ระดับปัญหา						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ราคาต่อคุณภาพสินค้าไม่มีความเหมาะสม	16 (4.0)	77 (19.2)	195 (48.8)	89 (22.2)	23 (5.8)	400 (100)	2.94	0.90	ปานกลาง
ราคาแพงเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่น	12 (3.0)	64 (16.0)	201 (50.2)	99 (24.8)	24 (6.0)	400 (100)	2.85	0.86	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>							<b>2.90</b>	<b>0.06</b>	<b>ปานกลาง</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองโดยรวมในระดับปานกลาง (2.90) และเมื่อพิจารณาปัญหาเกี่ยวกับน้ำสำรองในปัจจัยย่อยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ราคาต่อคุณภาพไม่มีความเหมาะสม (2.94) รองลงมาได้แก่ ราคาแพงเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดอื่น (2.85)

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับปัญหา						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
หาซื้อได้ยาก	40 (10.0)	108 (27.0)	156 (39.0)	88 (22.0)	8 (2.0)	400 (100)	3.21	0.96	ปานกลาง
สถานที่จำหน่ายไกลจากที่ทำงาน	29 (7.2)	95 (23.8)	177 (44.2)	87 (21.8)	12 (3.0)	400 (100)	3.11	0.93	ปานกลาง
สถานที่จำหน่ายไกลจากบ้านหรือที่อาศัย	31 (7.8)	92 (23.0)	181 (45.2)	88 (22.0)	8 (2.0)	400 (100)	3.12	0.91	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>							<b>3.15</b>	<b>0.06</b>	<b>ปานกลาง</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองโดยรวมในระดับปานกลาง (3.15) และเมื่อพิจารณาปัญหาเกี่ยวกับน้ำสำรองในปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

หาซื้อได้ยาก (3.21) รองลงมาได้แก่ สถานที่จำหน่ายไกลจากบ้านหรือที่อาศัย (3.12) และสถานที่จำหน่ายไกลจากที่ทำงาน (3.11)

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับปัญหา						$\bar{X}$	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่มีการโฆษณาผ่าน สื่อต่างๆ	32 (8.0)	118 (29.5)	156 (39.0)	85 (21.3)	85 (2.2)	400 (100)	3.19	0.97	ปานกลาง
ไม่มีการส่งเสริมการ ขายในรูปแบบต่างๆ	33 (8.2)	109 (27.3)	166 (41.5)	77 (19.2)	15 (3.8)	400 (100)	3.17	0.93	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>							<b>3.18</b>	<b>0.01</b>	<b>ปานกลาง</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อน้ำสำรองโดยรวมในระดับน้อย (3.18) และเมื่อพิจารณาปัญหาเกี่ยวกับน้ำสำรองในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (3.19) รองลงมาได้แก่ ไม่มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ (3.17)