

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากแบบสอบถามทั้งหมด 480 ชุด เมื่อนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบของอัตราส่วนร้อยละ
ปรากฏรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	480	100.0
เพศ		
ชาย	231	48.1
หญิง	249	51.9
อายุ		
ต่ำกว่า 17 ปี	7	1.5
17 - 19 ปี	127	26.4
20 - 22 ปี	275	57.3
23 ปีขึ้นไป	71	14.8
สถานศึกษา		
จุฬาลงกรณ์มหา วิทยาลัย	40	8.3
มหา วิทยาลัยธรรมศาสตร์	40	8.3
มหา วิทยาลัยเกษตรศาสตร์	40	8.3
มหา วิทยาลัยมหิดล	40	8.3
มหา วิทยาลัยศิลปากร	40	8.3
มหา วิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	40	8.3
มหา วิทยาลัยรามคำแหง	40	8.3
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า	40	8.3
มหา วิทยาลัยหอการค้าไทย	40	8.3

	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	40	8.3
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	40	8.3
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	40	8.3
อื่นปี		
ปีที่ 1	85	17.7
ปีที่ 2	138	28.8
ปีที่ 3	135	28.1
ปีที่ 4	98	20.4
สูงกว่าปี 4	24	5.0
รายได้ต่อเดือน *		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	68	14.2
1,000 - 1,500 บาท	185	38.5
1,501 - 2,000 บาท	112	23.3
2,001 - 2,500 บาท	51	10.7
2,501 - 3,000 บาท	25	5.2
3,001 บาทขึ้นไป	39	8.1

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการศึกษาถึงลักษณะทั่ว ๆ ไป ได้แก่ สถาบันการศึกษา อายุ เพศ รายได้ต่อเดือน ชั้นปีที่ศึกษา ผลปรากฏดังนี้

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 480 ราย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือ เพศหญิง ร้อยละ 51.9 และเพศชายร้อยละ 48.1

การกระจายอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 17-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 83.7 โดยเฉพาะอายุระหว่าง 20-22 ปี มีถึงร้อยละ 57.3 อายุ 23 ปีขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 14.8 และอายุต่ำกว่า 17 ปีมีเพียงร้อยละ 1.5 เท่านั้น

* เป็นรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง

การกระจายของชั้นปีการศึกษา มีการกระจายพอสมควร คือ ในชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 17.7 ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 28.8 ชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 28.1 ชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 20.4 ส่วนชั้นปีที่สูงกว่าปีที่ 4 มีเพียงร้อยละ 5

การกระจายระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 1,000-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.8 ต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 13.2 ช่วง 2,001-3,000 บาท ร้อยละ 15.9 และมากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 8.1

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนผู้ตอบที่เคย และไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต

	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
เคยรับประทาน	310 (64.6)	130 (56.3)	180 (72.3)
ไม่เคยรับประทาน	170 (35.4)	101 (43.7)	69 (27.7)
รวม	480 100.0	201 100.0	249 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม เคยรับประทานโยเกิร์ต ร้อยละ 64.6

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศหญิงที่เคยรับประทานโยเกิร์ต มีจำนวนมากกว่า เพศชายที่เคยรับประทานโยเกิร์ต คือ

เพศชาย ที่เคยรับประทานโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 56.3

เพศหญิง ที่เคยรับประทานโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 72.3

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ผู้ที่เคยรับประทานโยเกิร์ต

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนผู้ตอบที่เคยรับประทานโยเกิร์ต จำแนกตามชั้นปีการศึกษา

ชั้นปี	จำนวน	ร้อยละ *
ปีที่ 1	64 (20.7)	75.2
ปีที่ 2	94 (30.3)	68.1
ปีที่ 3	85 (27.4)	62.9
ปีที่ 4	52 (16.8)	53.0
สูงกว่าปี 4	15 (4.8)	62.5
รวม	310 (100.0)	

* หมายเหตุ ร้อยละ คิดจากจำนวนผู้ตอบในแต่ละชั้นปี

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาในชั้นปีที่ 1 มีจำนวนผู้ที่เคยรับ
 ประทานโยเกิร์ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.2 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 2 มีผู้เคยรับประทานโยเกิร์ต
 ร้อยละ 68.1 และชั้นปีที่ 3 มีผู้เคยรับประทานโยเกิร์ตร้อยละ 62.9 ส่วนชั้นปีที่ 4 มีผู้เคย
 รับประทานโยเกิร์ตเพียงร้อยละ 53.0

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนผู้ตอบที่เคยรับประทานโยเกิร์ต จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ*
ต่ำกว่า 1,000 บาท	40	58.8
1,000 - 1,500 บาท	121	65.4
1,501 - 2,000 "	75	66.9
2,001 - 2,500 "	33	64.7
2,501 - 3,000 "	18	72.0
3,001 บาทขึ้นไป	23	58.9
รวม	310	

*หมายเหตุ ร้อยละคิดจากจำนวนผู้ตอบในแต่ละระดับรายได้

เมื่อวิเคราะห์ตามรายได้ ปรากฏว่า ระดับรายได้ที่มีผู้เคยรับประทานโยเกิร์ตสูงที่สุด คือ ระดับรายได้ระหว่าง 2,501 - 3,000 บาท

ส่วนระดับรายได้ที่มีผู้เคยรับประทานโยเกิร์ตต่ำที่สุด คือ ระดับรายได้ต่ำกว่า 1,000 บาท

สำหรับสาเหตุของการรับประทานโยเกิร์ตในครั้งแรกของผู้ตอบนั้น จะแสดงในตารางต่อไป

ตารางที่ 4.5 แสดงสาเหตุของการรับประทานโยเกิดครั้งแรก

สาเหตุ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
เห็นโฆษณาแล้วอยากลอง	90 (29.0)	43 (35.1)	47 (26.1)
ได้รับแจกให้ลองรับประทาน	4 (1.3)	1 (0.8)	3 (1.7)
มีผู้แนะนำให้รับประทาน	66 (21.3)	33 (25.4)	33 (18.3)
เห็นผู้อื่นรับประทาน	35 (11.3)	18 (13.8)	17 (9.4)
ผู้อื่นแบ่งให้ลองรับประทาน	47 (15.2)	16 (12.3)	31 (17.2)
ลองรับประทานเอง	68 (21.9)	19 (14.6)	49 (27.2)
รวม	310 100.0	130 100.0	180 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นสาเหตุของการรับประทานโยเกิดครั้งแรกเรียงตามลำดับซึ่งได้แก่

อันดับแรก คือ เห็นโฆษณาแล้วอยากลอง ร้อยละ 29.0

อันดับสอง คือ ลองรับประทานเอง ร้อยละ 21.9

อันดับสาม คือ มีผู้แนะนำให้รับประทาน ร้อยละ 21.3

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า มีความแตกต่างในสาเหตุของการรับประทานโยเกิดครั้งแรก ของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง สรุปลได้ คือ เพศชายมีสาเหตุมาจากการถูกชักจูงให้รับประทาน จากโฆษณาและผู้อื่นแนะนำ ในขณะที่เพศหญิงลองรับประทานเอง เป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 4.6 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อโยเกิดของนักศึกษาผู้ตอบ

ความคิดเห็นที่มีต่อโยเกิด	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
เป็นอาหารว่างเหมือนขนมหรือไอศกรีม	117 (37.7)	50 (38.5)	67 (37.2)
เป็นอาหารเสริมที่มีประโยชน์บำรุงสุขภาพ	59 (19.0)	34 (26.2)	25 (13.9)
เป็นอาหารเพื่อลดความอ้วน	57 (18.4)	21 (16.2)	36 (20.0)
เป็นอาหารที่ช่วยแก้ปัญหาระบบขับถ่าย	50 (16.1)	18 (13.8)	32 (17.8)
เป็นอาหารที่ไม่มีความจำเป็นต้องรับประทาน	27 (8.7)	7 (5.4)	20 (11.1)
รวม	310 100.0	130 100.0	180 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า นักศึกษามีความคิดเห็นว่าโยเกิด คืออาหารประเภทใด ผลปรากฏว่า

อันดับแรก คือ เป็นอาหารว่างเหมือนขนมหรือไอศกรีม ร้อยละ 37.7

อันดับสอง คือ เป็นอาหารเสริมที่มีประโยชน์บำรุงสุขภาพร้อยละ 19.0

อันดับสาม คือ เป็นอาหารเพื่อลดความอ้วน ร้อยละ 18.4

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า เพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่เห็นว่า โยเกิดเป็นอาหารว่างเหมือนขนมหรือไอศกรีม แต่ต่างกันว่า นอกจากการเป็นอาหารว่างดังกล่าวแล้ว เพศหญิง ยังคิดว่า โยเกิดเป็นอาหารเพื่อลดความอ้วนด้วย ในขณะที่เพศชายเห็นว่า โยเกิดเป็นอาหารเสริมที่มีประโยชน์บำรุงสุขภาพ

ตารางที่ 4.7 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบว่าโยเกิดเป็นอาหารที่เหมาะสมกับเพศใด

ความเหมาะสมกับเพศ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
เหมาะสมกับเพศชาย	-	-	-
เหมาะสมกับเพศหญิง	44	8	36
	(14.2)	(6.2)	(20.0)
ไม่จำกัดเพศ	266	122	144
	(85.8)	(93.8)	(80.0)
รวม	310	130	180
	100.0	100.0	100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เห็นว่า คือร้อยละ 85.8 เห็นว่า โยเกิดเป็นอาหารที่ไม่จำกัดเพศ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ก็ปรากฏผลเช่นเดียวกัน คือ -เพศชาย ร้อยละ 93.8 และเพศหญิง ร้อยละ 80.0 เห็นว่าโยเกิดเป็นอาหารที่ไม่จำกัดว่าเหมาะสมกับเพศใดโดยเฉพาะ

ตารางที่ 4.8 แสดงความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบเมื่อรับประทานโยเกิร์ต

ความรู้สึก	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ชอบ	175 (56.5)	81 (62.3)	94 (52.2)
ไม่ชอบ	135 (43.5)	49 (37.7)	86 (47.8)
รวม	310 100.0	130 100.0	180 100.0

จากตารางข้างต้น เห็นได้ว่า ผู้ที่เคยรับประทานโยเกิร์ต และมีความรู้สึกชอบ ร้อยละ 56.5 ส่วนผู้ที่ไม่ชอบ มีจำนวนร้อยละ 43.5

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศพบว่า

เพศชาย มีความรู้สึกชอบ ร้อยละ 62.3

เพศหญิง มีความรู้สึกชอบ ร้อยละ 52.2

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐาน เพื่อพิสูจน์ว่าความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับเพศของผู้บริโภคหรือไม่

สมมติฐานข้อ 1 : นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความชอบหรือไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ตไม่แตกต่างกัน

การทดสอบ

H_0 : นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีความชอบหรือไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ตไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความชอบหรือไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ตแตกต่างกัน

ที่ $\alpha = 0.05$ d.f. = 1

หาค่า χ^2 ได้ 3.11

ค่าจากตาราง $\chi^2_{.95(1)} = 3.841$

จะปฏิเสธสมมติฐานเมื่อ $\chi^2 > \chi^2_{.95(1)}$ หรือ $\chi^2 > 3.841$

แต่ $\chi^2 = 3.11$ ซึ่งไม่มากกว่า 3.841

ดังนั้นจึงไม่ปฏิเสธ H_0 นั่นคือ นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีความชอบหรือไม่ชอบ
รับประทานโยเกิร์ตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.9 เหตุผลของผู้ที่ไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ต

เหตุผล	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ไม่ชอบรสชาติ	106 (78.5)	38 (77.6)	68 (79.1)
ไม่ชอบกลิ่น	22 (16.3)	9 (18.4)	13 (15.1)
ลักษณะไม่น่ารับประทาน	3 (2.2)	1 (2.0)	2 (2.3)
ไม่สะดวกในการรับประทาน	-	-	-
ราคาแพงเกินไป	4 (3.0)	1 (2.0)	3 (3.5)
รวม	135 100.0	49 100.0	86 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่าผู้ที่ไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ต มีสาเหตุสำคัญคือ ไม่ชอบรสชาติของผลิตภัณฑ์ร้อยละ 78.5 และรองลงไปคือ ไม่ชอบกลิ่นร้อยละ 16.3

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า

เพศชายไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ต เพราะไม่ชอบรสชาติถึงร้อยละ 77.6 รองลงไปคือ ไม่ชอบกลิ่น ร้อยละ 18.4

เพศหญิงไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ต เพราะไม่ชอบรสชาติถึงร้อยละ 79.1 รองลงไปคือไม่ชอบกลิ่นร้อยละ 15.1

ตารางที่ 4.10 แสดงข้อควรปรับปรุงที่ผู้ไม่ชอบรับประทานได้เสนอแนะ

ข้อควรปรับปรุง	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ปรับปรุงรสชาติ	98 (72.6)	37 (75.5)	61 (70.9)
ปรับปรุงกลิ่น	21 (15.6)	9 (18.4)	12 (13.9)
ปรับปรุงลักษณะใหน้ารับประทาน	3 (2.0)	1 (2.0)	2 (2.3)
ลดราคา	4 (3.0)	1 (2.0)	3 (3.5)
ไม่แสดงความคิดเห็น	9 (6.6)	1 (2.0)	8 (9.3)
รวม	135 100.0	49 100.0	86 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ข้อควรปรับปรุงที่ผู้ไม่ชอบรับประทานโยเกิดเสนอแนะส่วนใหญ่คือ ควรปรับปรุงรสชาติ ร้อยละ 72.6 และรองลงมาคือ เสนอให้ปรับปรุงกลิ่น ร้อยละ 15.6

เมื่อวิเคราะห์ตามเพศ ก็ปรากฏผลเช่นเดียวกัน คือ

เพศชาย เสนอให้ปรับปรุงรสชาติถึงร้อยละ 75.5 รองลงไปคือ เสนอให้ปรับปรุงกลิ่น ร้อยละ 18.4

เพศหญิง เสนอให้ปรับปรุงรสชาติถึงร้อยละ 70.9 และรองลงไปคือ เสนอให้ปรับปรุงกลิ่น ร้อยละ 13.9

ตารางที่ 4.11 แสดงทัศนคติต่อรูปแบบของภาชนะที่บรรจุ

ทัศนคติ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
เหมาะสม	290 (93.5)	118 (90.8)	172 (95.6)
ไม่เหมาะสม	20 (6.5)	12 (9.2)	8 (4.4)
รวม	310 100.0	130 100.0	180 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 93.5 เห็นว่ารูปแบบของภาชนะที่บรรจุโยเกิดมีความเหมาะสมดีแล้ว เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศก็พบว่า เพศชายถึงร้อยละ 90.8 และเพศหญิงร้อยละ 95.6 เห็นว่ารูปแบบของภาชนะโยเกิดเหมาะสมดีแล้ว

ตารางที่ 4.12 แสดงทัศนคติต่อขนาดบรรจุของโยเกิร์ต

ทัศนคติ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ใหญ่ไป	23 (7.4)	9 (6.9)	14 (7.8)
เหมาะสม	235 (75.8)	102 (78.5)	133 (73.9)
เล็กไป	52 (16.8)	19 (14.6)	33 (18.3)
รวม	310 100.0	130 100.0	180 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 75.8 เห็นว่าขนาดบรรจุโยเกิร์ตเหมาะสมดีแล้ว

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า เพศชายร้อยละ 78.5 และ เพศหญิงร้อยละ 73.9 เห็นว่าขนาดบรรจุของโยเกิร์ตเหมาะสมดีแล้ว

ตารางที่ 4.13 แสดงทัศนคติต่อราคาโยเกิด

ทัศนคติ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ราคาแพง	255 (82.3)	112 (86.2)	143 (79.4)
เหมาะสมดีแล้ว	55 (17.7)	18 (13.8)	37 (20.6)
ราคาถูก	-	-	-
รวม	310 100.0	130 100.0	180 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 82.3 เห็นว่าราคาของโยเกิดมีราคาแพงและเมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่าเพศชายร้อยละ 86.2 และเพศหญิงร้อยละ 79.4 เห็นว่าโยเกิดมีราคาแพง

ตารางที่ 4.14 แสดงความคิดเห็นเรื่องราคา ส่วนแยกตามระดับรายได้

ความคิดเห็น	รายได้							รวม
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500	1,501-2,000	2,001-2,500	2,501-3,000	3,001 บาทขึ้นไป		
ราคาแพง	36 (90.0)	105 (86.8)	62 (82.7)	22 (66.7)	14 (77.8)	16 (69.6)	255 (82.3)	
เหมาะสมที่สุดแล้ว	4 (10.0)	16 (13.2)	13 (17.3)	11 (33.3)	4 (22.2)	7 (30.4)	55 (17.7)	
รวม	40 100.0	121 100.0	75 100.0	33 100.0	18 100.0	23 100.0	310 100.0	

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ร้อยละ 82.3 เห็นว่า โยเกิดมีราคาแพง และเมื่อวิเคราะห์ตามระดับรายได้พบว่าผู้ตอบทุกกระชั้น
รายได้ส่วนใหญ่เห็นว่าโยเกิดมีราคาแพง

จากการสอบถามถึงราคาที่เหมาะสมจะเป็นของโยเกิด นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังแสดงในตารางถัดไป

ตารางที่ 4.15 แสดงราคาที่เหมาะสมเป็นในความคิดของผู้ตอบ

ราคา	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
3 - 4 บาท	82 (26.5)	43 (33.1)	39 (21.7)
5 - 6 บาท	176 (56.8)	69 (53.1)	107 (59.4)
7 - 8 บาท	52 (16.8)	18 (13.8)	34 (18.9)
รวม	310 100.0	130 100.0	180 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ ร้อยละ 56.8 เห็นว่าราคาของโยเกิร์ต ควรจะประมาณ 5-6 บาท รองลงมาคือ ราคาควร ประมาณ 3-4 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงกว่าร้อยละ 50.0 มีความคิดเห็นไม่ต่างกันคือ ส่วนใหญ่เห็นว่ราคาโยเกิร์ตควรประมาณ 5-6 บาท

ตารางที่ 4.16 แสดงสื่อโฆษณาโดยเกิดที่ผู้ตอบเคยพบเห็น

ประเภทสื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเห็น	4	1.3 [*]
หนังสือพิมพ์	45	14.7 ^{**}
วิทยุ	17	5.5 ^{**}
ข้างรถเมล์/ท้ายรถเมล์	94	30.7 ^{**}
โทรทัศน์	269	87.9 ^{**}
นิตยสาร วารสาร	132	43.1 ^{**}
โพลเตอร์ ป้ายโฆษณา	89	29.1 ^{**}
หลังลุ่มตเรียน	10	3.3 ^{**}

หมายเหตุ * ร้อยละคิดจากจำนวนผู้ตอบที่เคยรับประทานโยเกิร์ตทั้งหมด 310 คน

** ร้อยละคิดจากจำนวนผู้ตอบที่เคยรับประทานโยเกิร์ตและเคยเห็นโฆษณาโยเกิร์ต 306 คน

จากตารางแสดงให้เห็นถึง สื่อโฆษณาที่ผู้ตอบเคยพบเห็นโฆษณาโยเกิร์ต ผลปรากฏว่า

อันดับแรก คือ เห็นจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 87.9

อันดับสอง คือ เห็นจากนิตยสาร วารสาร ร้อยละ 43.1

อันดับสาม คือ เห็นจากข้างรถเมล์ หรือท้ายรถเมล์ ร้อยละ 30.7

เมื่อถามถึงสื่อโฆษณาที่ผู้ตอบชอบ ได้รับคำถามดังแสดงในตารางถัดไป

ตารางที่ 4.17 แสดงประเภทของสื่อโฆษณาที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบที่สุด

ประเภทสื่อโฆษณา	จำนวน
ไม่ชอบเลย	20 (6.5)
หนังสือพิมพ์	1 (0.3)
ข้างรถเมล์/ท้ายรถเมล์	4 (1.3)
โทรทัศน์	236 (77.1)
นิตยสาร วารสาร	25 (8.2)
โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา	20 (6.5)
รวม	306 (100.0)

จากตารางแสดงให้เห็นว่า สื่อโฆษณาโดยเกิดที่ผู้ตอบโดยส่วนใหญ่ชอบ ได้แก่ โทรทัศน์ โดยคิดเป็นร้อยละถึง 77.1 รองลงไปได้แก่สื่อ นิตยสาร วารสาร ร้อยละ 8.2 และสื่อโปสเตอร์หรือป้ายโฆษณา ร้อยละ 6.5

ตารางที่ 4.18 แสดง โฆษณาที่ผู้ตอบจำได้จำแนกตามตราयीหือและสื่อโฆษณา

ตราयीหือ	จำนวน	ร้อยละ	จากสื่อโฆษณา
โทรั้โมลั้	61	26.8	1. โทรั้คั้ณั้ 47 (77.0%) 2. นั้ดยลั้าร วารลั้าร 7 (11.5%) 3. โปลั้เตอรั้/ปั้ายโฆษณา 7 (11.5%)
โยเพลทั้	147	64.5	1. โทรั้คั้ณั้ 134 (91.2%) 2. นั้ดยลั้าร วารลั้าร 3 (2.0%) 3. โปลั้เตอรั้/ปั้ายโฆษณา 5 (3.4%) 4. ขั้างรถเมลั้/ทั้ายรถเมลั้ 5 (3.4%)
ลั้วึลั้ไ้ดลั้	14	6.1	1. โทรั้คั้ณั้ 4 (28.6%) 2. นั้ดยลั้าร วารลั้าร 4 (28.6%) 3. โปลั้เตอรั้/ปั้ายโฆษณา 6 (42.8%)
ดั้ยมึลลั้	3	1.3	1. โปลั้เตอรั้/ปั้ายโฆษณา 3 (100.0%)
โยเกึ้ด เกษตร	3	1.3	1. โปปลึ้ว 3 (100.0%)
รวม	228	100.0	

จากตารางแสดงให้เห้็น โฆษณาโยเกึ้ดที่ผู้ตอบจำได้ ปรากฏว่า

อันดับแรก คึ้ อตราโยเพลทั้ จากสื่อโทรั้คั้ณั้

อันดับลั้อง คึ้ อตราโทรั้โมลั้ จากสื่อโทรั้คั้ณั้

อันดับลั้าม คึ้ อตราลั้วึลั้ไ้ดลั้ จากสื่อโปลั้เตอรั้ และปั้ายโฆษณา

จากการลั้อบถามรายละเอียดของโฆษณา ผู้ตอบลั้วนั้ใหญ่ร้อยละ 64.5 จำราย
 ละเอียดของโฆษณาโยเกึ้ด อตราโยเพลทั้ได้มังกั้ลั้สุด จากสื่อโทรั้คั้ณั้

ตารางที่ 4.19 แสดงความคิดที่จะลองรับประทานโยเกิร์ตยี่ห้อใหม่ ๆ หรือรสชาติใหม่ ๆ

	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
คิดที่จะลอง	212 (68.4)	91 (70.0)	121 (67.2)
ไม่คิดที่จะลอง	56 (18.1)	22 (16.9)	34 (18.9)
ไม่แน่ใจ	42 (13.5)	17 (13.1)	25 (13.9)
รวม	310 100.0	130 100.0	180 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบโดยส่วนใหญ่มีความคิดที่จะลองรับประทานโยเกิร์ตยี่ห้อใหม่ หรือรสชาติใหม่ ๆ คิดเป็นร้อยละ 68.4 ส่วนผู้ที่ไม่คิดจะลองมีร้อยละ 18.1 และผู้ที่ไม่แน่ใจ มีร้อยละ 13.5

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า เพศชายมีความคิดที่จะลองรับประทาน ร้อยละ 70.0 ส่วนเพศหญิงมีความคิดจะลองรับประทาน ร้อยละ 67.2

เมื่อสอบถามถึงเหตุผลของผู้ที่คิดจะลองรับประทาน ส่วนใหญ่ตอบว่า ต้องการเปรียบเทียบรสชาติกับตรายี่ห้อเดิม และต้องการชิมรสชาติใหม่ ๆ

ส่วนผู้ที่ตอบว่า "ไม่ลอง" ให้เหตุผลว่า ชอบยี่ห้อเดิมหรือรสชาติเดิมอยู่แล้ว ไม่คิดจะเปลี่ยน และเหตุผลอีกประการหนึ่งก็คือ ไม่เชื่อถือในคุณภาพ และยังไม่แน่ใจในรสชาติว่าจะอร่อยหรือไม่

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการชอบรับประทานโยเกิร์ตกับการลองรับประทานโยเกิร์ตยี่ห้อใหม่ หรือรสชาติใหม่ ๆ

ความอยากลอง	อยากลอง	ไม่ลอง	ไม่แน่ใจ	รวม
ความชอบโยเกิร์ต				
ชอบ	137 (78.3)	16 (9.1)	22 (12.6)	175 100.0
ไม่ชอบ	75 (55.6)	40 (29.6)	20 (14.8)	135 100.0
รวม	212 (68.4)	56 (18.1)	42 (13.5)	310 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีความชอบรับประทานโยเกิร์ต มีความคิดที่จะลองรับประทานโยเกิร์ตยี่ห้อใหม่ หรือรสชาติใหม่ ร้อยละ 78.3 ส่วนผู้ที่ไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ต มีความคิดที่จะลองรับประทานโยเกิร์ตยี่ห้อใหม่ หรือรสชาติใหม่ เพียงร้อยละ 55.6 เท่านั้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบว่า ความคิดที่จะลองหรือไม่ลองรับประทานโยเกิร์ตยี่ห้อใหม่ มีความสัมพันธ์กับความชอบหรือไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ตหรือไม่

การทดสอบ

H_0 : ความคิดที่จะลองหรือไม่ลองรับประทานโยเกิร์ตยี่ห้อใหม่ ไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบหรือไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ต

H_1 : ความคิดที่จะลองหรือไม่ลองรับประทานโยเกิร์ตยี่ห้อใหม่ มีความสัมพันธ์กับความชอบหรือไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ต

$$\text{ที่ } \alpha = 0.05 \text{ . d.f.} = 1$$

$$\text{หาค่า } \chi^2 \text{ ได้ } 23.74$$

$$\text{ค่าจากตาราง } \chi^2_{.95(1)} = 3.84$$

$$\text{ค่า } \chi^2 > \chi^2_{.95(1)} \text{ หรือ } \chi^2 > 3.84$$

ดังนั้น สิ่งปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความคิดที่จะลองหรือไม่ลองรับประทานโยเกิร์ตห่อใหม่มีความสัมพันธ์กับความชอบหรือไม่ชอบรับประทานโยเกิร์ต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.21 แสดงประเภทของโยกเกิดที่ผู้ตอบชอบ

ประเภท	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
โยกเกิดแบบธรรมดาไม่ได้ปรุงแต่ง	5 (2.9)	4 (4.9)	1 (1.1)
โยกเกิดแบบปรุงแต่งผลไม้ รสลับปะรด	27 (15.4)	12 (14.8)	15 (16.0)
โยกเกิดแบบปรุงแต่งผลไม้ รสลิ้นจี่	87 (49.7)	37 (45.7)	50 (53.2)
โยกเกิดแบบปรุงแต่งผลไม้ รสส้ม	16 (9.1)	11 (13.6)	5 (5.3)
โยกเกิดแบบปรุงแต่งผลไม้รวมหลายชนิด	40 (22.9)	17 (21.0)	23 (24.5)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นถึง ประเภทของโยกเกิดที่นักศึกษาผู้ตอบชอบ ผลปรากฏว่า

อันดับแรก คือ โยกเกิดแบบปรุงแต่งด้วยผลไม้ รสลิ้นจี่ ร้อยละ 49.7

อันดับสอง คือ โยกเกิดแบบปรุงแต่งด้วยผลไม้ รสผลไม้รวม ร้อยละ 22.9

อันดับสาม คือ โยกเกิดแบบปรุงแต่งด้วยผลไม้ รสลับปะรด ร้อยละ 15.4

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ก็ปรากฏผลเช่นเดียวกัน

สมมติฐานข้อ 2

โยเกิร์ตที่ปรุงแต่งด้วยผลไม้ได้รับความนิยมจากนักศึกษามากกว่าโยเกิร์ตธรรมดาที่ไม่ได้ปรุงแต่ง

การทดสอบ

H_0 : โยเกิร์ตที่ปรุงแต่งด้วยผลไม้ได้รับความนิยมจากนักศึกษาไม่แตกต่างกับโยเกิร์ตธรรมดาที่ไม่ได้ปรุงแต่ง

H_1 : โยเกิร์ตที่ปรุงแต่งด้วยผลไม้ได้รับความนิยมจากนักศึกษาแตกต่างกับโยเกิร์ตธรรมดาที่ไม่ได้ปรุงแต่ง

ประเภทโยเกิร์ตที่นักศึกษาชอบ	จำนวน	จำนวนที่คาดหวัง
โยเกิร์ตธรรมดาที่ไม่ได้ปรุงแต่ง	5	87.8
โยเกิร์ตที่ปรุงแต่งด้วยผลไม้	170	87.5
รวม	175	175

$$\text{ที่ } \alpha = 0.05 \text{ d.f.} = 1$$

$$\text{หาค่า } \chi^2 \text{ ได้ } 155.6$$

$$\text{ค่าจากตาราง } \chi^2_{.95(1)} = 3.84$$

$$\text{ค่า } \chi^2 > \chi^2_{.95(1)}$$

ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ โยเกิร์ตที่ปรุงแต่งด้วยผลไม้ได้รับความนิยมจากนักศึกษาแตกต่างจากโยเกิร์ตธรรมดาที่ไม่ได้ปรุงแต่งที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยที่โยเกิร์ตที่ปรุงแต่งด้วยผลไม้ได้รับความนิยมมากกว่าโยเกิร์ตธรรมดาที่ไม่ได้ปรุงแต่ง

ตารางที่ 4.22 แสดงรูปแบบของโยเกิดที่ผู้ตอบชอบ

รูปแบบ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
แบบที่มีผลไม้อยู่กันถ้วย	75 (42.9)	33 (40.7)	42 (44.7)
แบบคนสำเร็จรูป	100 (57.1)	48 (59.3)	52 (55.3)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบร้อยละ 57.1 ชอบโยเกิดแบบคนสำเร็จรูป และร้อยละ 42.9 ชอบโยเกิดแบบที่มีผลไม้อยู่กันถ้วย

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า

เพศชายร้อยละ 59.3 ชอบโยเกิดแบบคนสำเร็จรูป และร้อยละ 40.7 ชอบโยเกิดแบบที่มีผลไม้อยู่กันถ้วย

เพศหญิงร้อยละ 55.3 ชอบโยเกิดแบบคนสำเร็จรูป และร้อยละ 44.7 ชอบโยเกิดแบบที่มีผลไม้อยู่กันถ้วย

สัมมติฐานข้อ 3

โยเกิตแบบคนสำเร็จรูปได้รับความนิยมจากนักศึกษามากกว่าโยเกิตแบบที่มีผลไม้อยู่กันถ้วย

การทดสอบ

H_0 : โยเกิตแบบคนสำเร็จรูปได้รับความนิยมจากนักศึกษาไม่แตกต่างกับโยเกิตแบบที่มีผลไม้อยู่กันถ้วย

H_1 : โยเกิตแบบคนสำเร็จรูปได้รับความนิยมจากนักศึกษาแตกต่างกับโยเกิตแบบที่มีผลไม้อยู่กันถ้วย

ค่า $\alpha = 0.05$ d.f. = 1

หาค่า χ^2 ได้ 0.09

ค่าจากตาราง $\chi^2_{.95}(10) = 3.84$

แต่ค่า χ^2 ไม่มากกว่า $\chi^2_{.95}(1)$

ดังนั้นจึงไม่ปฏิเสธ H_0 นั่นคือ โยเกิตแบบคนสำเร็จรูปได้รับความนิยมจากนักศึกษาไม่แตกต่างกับโยเกิตที่มีผลไม้อยู่กันถ้วย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.23 แสดงจุดประสงค์ในการรับประทานโยเกิดของผู้ตอบ

จุดประสงค์ในการรับประทานโยเกิด	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
รับประทานเป็นของว่างหรือขนม	89 (50.9)	43 (53.1)	46 (48.9)
ลดน้ำหนัก	20 (11.4)	6 (7.4)	14 (14.9)
แก้ปัญหาระบบขับถ่าย	28 (16.0)	4 (4.9)	24 (25.5)
เพื่อบำรุงสุขภาพ	38 (21.7)	28 (34.6)	10 (10.6)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

จากตารางแสดงให้เห็น จุดประสงค์ในการรับประทานโยเกิดของผู้ตอบ

อันดับแรก คือ รับประทานเป็นของว่างหรือขนม คิดเป็นร้อยละ 50.9

อันดับสอง คือ เพื่อบำรุงสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 21.7

อันดับสาม คือ เพื่อแก้ปัญหาระบบขับถ่าย คิดเป็นร้อยละ 16.0

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏผลต่างกันเล็กน้อยกล่าวคือ

เพศชาย ตอบว่า จุดประสงค์ในการรับประทานโยเกิด

อันดับแรก คือ รับประทานเป็นของว่างหรือขนม คิดเป็นร้อยละ 53.1

อันดับสอง คือ รับประทานเพื่อบำรุงสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 34.6

อันดับสาม คือ รับประทานเพื่อลดน้ำหนัก คิดเป็นร้อยละ 7.4

เพศหญิง ตอบว่า จุดประสงค์ในการรับประทานโยเกิร์ต

อันดับแรก คือ รับประทานเป็นของว่าง หรือขนม	คิดเป็นร้อยละ	48.9
อันดับสอง คือ เพื่อแก้ปัญหาระบบขับถ่าย	คิดเป็นร้อยละ	25.5
อันดับสาม คือ เพื่อลดน้ำหนัก	คิดเป็นร้อยละ	14.9

ผลการวิเคราะห์แยกตามเพศ พบว่า มีจุดประสงค์อันดับแรกเหมือนกัน คือรับประทานเป็นของว่างหรือขนม แต่มีความแตกต่างกันในจุดประสงค์ของการรับประทานโยเกิร์ตระหว่างเพศชายกับเพศหญิงในอันดับสอง สรุปได้ว่า เพศชายมีจุดประสงค์ในการรับประทาน เน้นที่การบำรุงสุขภาพมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเน้นในเรื่องการแก้ปัญหาระบบขับถ่ายมากกว่า

ตารางที่ 4.24 แสดงความถี่ในการรับประทานโยเกิร์ตของนักศึกษาผู้ตอบ

ความถี่	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ทุกวัน	12 (6.9)	4 (4.9)	8 (5.5)
2 - 3 วันต่อครั้ง	42 (24.0)	20 (24.7)	22 (23.4)
สัปดาห์ละครั้ง	45 (25.7)	21 (25.9)	24 (25.5)
2 สัปดาห์ต่อครั้ง	22 (12.6)	8 (9.9)	14 (14.9)
เดือนละครั้ง	15 (8.6)	4 (4.9)	11 (11.7)
น้อยกว่า เดือนละครั้ง	39 (22.3)	24 (29.6)	15 (16.0)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ความถี่ในการรับประทานโยเกิร์ตของผู้ตอบ สรุปลำดับคือ

อันดับแรก คือ สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.7

อันดับสอง คือ 2-3 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.0

อันดับสาม คือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.3

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า

เพศชาย ตอบว่า ความถี่ในการรับประทาน

อันดับแรก	คือ น้อยกว่า เดือนละครั้ง	คิดเป็นร้อยละ	29.6
อันดับสอง	คือ สัปดาห์ละครั้ง	คิดเป็นร้อยละ	25.9
อันดับสาม	คือ 2-3 วันต่อครั้ง	คิดเป็นร้อยละ	24.7

เพศหญิง ตอบว่า ความถี่ในการรับประทาน

อันดับแรก	คือ สัปดาห์ละครั้ง	คิดเป็นร้อยละ	25.5
อันดับสอง	คือ 2-3 วันต่อครั้ง	คิดเป็นร้อยละ	23.4
อันดับสาม	คือ น้อยกว่า เดือนละครั้ง	คิดเป็นร้อยละ	16.0

ผลการวิเคราะห์แยกตามเพศ พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับประทานโยเกิร์ตน้อยกว่าเพศหญิง คือ รับประทานน้อยกว่าเดือนละครั้ง เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงรับประทานโยเกิร์ตสัปดาห์ละครั้งเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับประทากับรายได้

ความถี่	รายได้							รวม
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500	1,501-2,000	2,001-2,500	2,501-3,000	3,000 บาทขึ้นไป		
ทุกวัน	1	4	2	-	2	3	12	
2-3 วันต่อครั้ง	5	14	12	7	1	3	42	
สัปดาห์ละครั้ง	4	19	10	5	4	3	45	
2 สัปดาห์ต่อครั้ง	1	12	7	2	-	-	22	
เดือนละครั้ง	1	5	2	1	4	2	15	
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	8	20	5	2	1	3	39	
รวม	20	74	38	17	12	14	175	

สมมติฐานข้อ 4 ความถี่ในการรับประทานโยเกิร์ตมีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของนักศึกษา

การทดสอบ

H_0 : ความถี่ในการรับประทานโยเกิร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของนักศึกษา

H_1 : ความถี่ในการรับประทานโยเกิร์ต มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของนักศึกษา

ที่ $\alpha = 0.05$ d.f. = 25

ได้ค่า $\chi^2 = 35.15$

ค่า $\chi^2_{.95}(25)$ จากตาราง = 37.65

ค่า χ^2 ไม่มากกว่าค่า $\chi^2_{.95}(25)$ จากตาราง

ดังนั้นไม่ปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความถี่ในการรับประทานโยเกิร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนซื้อต่อครั้งของผู้ตอบ

จำนวนซื้อ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
1 ถ้วย	94 (53.7)	52 (64.2)	42 (44.7)
2 ถ้วย	48 (27.4)	20 (24.7)	28 (29.8)
3 ถ้วย	7 (4.0)	1 (1.2)	6 (6.4)
4 ถ้วย	19 (10.9)	5 (6.2)	14 (14.9)
5 ถ้วยขึ้นไป	7 (4.0)	3 (3.7)	4 (4.3)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่มีจำนวนซื้อโดยเกิดต่อครั้งตามลำดับดังนี้

อันดับแรก คือ จำนวน 1 ถ้วย คิดเป็นร้อยละ 53.7

อันดับสอง คือ จำนวน 2 ถ้วย คิดเป็นร้อยละ 27.4

อันดับสาม คือ จำนวน 4 ถ้วย คิดเป็นร้อยละ 10.9

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนซื้อกับรายได้

จำนวนซื้อ รายได้	1 ถ้วย	2 ถ้วย	3 ถ้วย	4 ถ้วย	5 ถ้วยขึ้นไป	รวม
ต่ำกว่า 1,000 บาท	13	4	2	1	-	20
1,000-1,500 บาท	42	22	2	6	2	74
1,501-2,000 บาท	16	10	1	9	2	38
2,001-2,500 บาท	9	5	2	1	-	17
2,501-3,000 บาท	9	2	-	1	-	12
3,000 บาทขึ้นไป	5	5	-	1	3	14
รวม	94	48	7	19	7	175

จำนวนโยเกิร์ตที่นักศึกษาซื้อในแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับรายได้ของนักศึกษาหรือไม่
สามารถทดสอบได้ดังต่อไปนี้

การทดสอบ

H_0 : จำนวนโยเกิร์ตที่นักศึกษาซื้อในแต่ละครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ของนักศึกษา

H_1 : จำนวนโยเกิร์ตที่นักศึกษาซื้อในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กับรายได้ของนักศึกษา

ที่ $\alpha = 0.05$ d.f. = 20

หาค่า χ^2 ได้ = 31.34

ค่า $\chi^2_{.95}(20)$ จากตาราง = 31.41

ค่า χ^2 ไม่มากกว่า $\chi^2_{.95}(20)$

ดังนั้นจึงไม่ปฏิเสธ H_0 นั่นคือ จำนวนโยเกิร์ตที่นักศึกษาซื้อในแต่ละครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของนักศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.28 แสดงความสะดวกในการซื้อโยเกิร์ต

ความสะดวก	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกหาซื้อง่าย	139	79.4
ไม่สะดวกหาซื้อยาก	36	20.6
รวม	175	100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่มีความสะดวกในการซื้อโยเกิร์ต คิดเป็น ร้อยละ 79.4

และเมื่อถามถึงสถานที่ซื้อโยเกิร์ต ปรากฏผลดังตารางต่อไป

ตารางที่ 4.29 แสดงสถานที่ซื้อโยเกิร์ตที่สะดวกของผู้ตอบ

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าใกล้บ้าน	43	24.6
ห้างสรรพสินค้า / ซูเปอร์มาร์เก็ต	90	51.4
สหกรณ์ในมหาวิทยาลัย	42	24.0
ให้พนักงานส่งถึงที่	-	-
รวม	175	100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ ร้อยละ 51.4 มีความสะดวกในการซื้อโยเกิร์ตจากห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ต

ตารางที่ 4.30 แสดงความคิดเห็นต่อการมีพนักงานขายส่งโยเกิดถึงที่

ความคิดเห็น	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ชอบ	88 (50.3)	42 (51.9)	46 (48.9)
ไม่ชอบ	87 (49.7)	39 (48.1)	46 (51.1)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีผู้ตอบชอบให้มีพนักงานขายส่งโยเกิดถึงที่จำนวน ร้อยละ 50.3 และผู้ที่ไม่ชอบ จำนวนร้อยละ 49.7

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า

เพศชาย ชอบให้มีพนักงานขายส่งโยเกิดถึงที่ ร้อยละ 51.9

เพศหญิง ชอบให้มีพนักงานขายส่งโยเกิดถึงที่ ร้อยละ 48.9

ตารางที่ 4.31 แสดงการเจาะจงตรายี่ห้อของผู้ตอบ

การเจาะจงตรายี่ห้อ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
เจาะจง	129 (73.7)	61 (75.3)	68 (72.3)
ไม่เจาะจง	46 (26.3)	20 (24.7)	26 (27.7)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ ร้อยละ 73.9 เจาะจงตรายี่ห้อโยเกิต และเมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ปรากฏว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิง โดยส่วนใหญ่เจาะจงตรายี่ห้อในการซื้อโยเกิต เช่นเดียวกัน

และเมื่อถามถึงการซื้อยี่ห้ออื่นแทน เมื่อไม่มียี่ห้อที่เจาะจงจะซื้อในสถานที่นั้น ปรากฏผลดังตารางต่อไป

ตารางที่ 4.32 แสดงการชื้อยี่ห้ออื่นแทนเมื่อไม่มียี่ห้อที่เจาะจงชื่อ

การชื้อยี่ห้ออื่นแทน	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ชื้อ	85 (65.9)	40 (65.6)	45 (66.2)
ไม่ชื้อ	44 (34.1)	21 (34.4)	23 (33.8)
รวม	129 100.0	61 100.0	68 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.9 จะชื้อโยเกิร์ตยี่ห้ออื่นแทนเมื่อไม่มียี่ห้อที่เจาะจงชื่อในสถานที่นั้น

ตารางที่ 4.33 แสดงตราयीหือของโยเกิตที่ผู้ตอบรับประทาน

ตราयीหือ	รวม	เพค	
		ช่าย	หญิง
โพร์โมลด์	139 (77.4)	60 (74.1)	79 (84.0)
โยเพลท	117 (66.9)	50 (61.7)	67 (71.3)
ดชมิลล์	61 (34.9)	19 (23.5)	42 (44.7)
ลวีลล์ไตล์	55 (31.4)	25 (30.9)	30 (31.9)
โยเกิตเกษตร	13 (7.4)	8 (9.9)	5 (5.3)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

หมายเหตุ ร้อยละ คิตจกจกจำนวนผู้ตอบที่ช่ยอรับประทานโยเกิตทั้งหมด 175 คน

จกตารางแสดงให้เหินว่า โยเกิตยี่ห้อโพร์โมลด์ มีผู้รับประทานมากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง อันดับรองลงมา คือ ตราโยเพลท และดชมิลล์ ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพค ก็ปรากฏผลเห่นเดียวกัน คือ โยเกิตยี่ห้อโพร์โมลด์ มีผู้รับประทานมากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง ทั้งเพคช่าย และเพคหญิง อันดับรองลงมา คือ โยเพลท และดชมิลล์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงตราयीห่อที่ผู้ตอบชอบมากที่สุด

ตราयीห่อ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ไม่มียี่ห้อ	19 (10.9)	6 (7.4)	13 (13.8)
โฟร์โมสต์	73 (41.7)	37 (45.7)	36 (38.3)
โยเพลท์	50 (28.6)	24 (29.6)	26 (27.7)
ดัชเมลล์	10 (5.7)	1 (1.2)	9 (9.6)
ลิวีสส์ไต้ลล์	18 (10.3)	8 (9.9)	10 (10.6)
โยเกิตเกษตร	5 (2.9)	5 (6.2)	- -
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ ชอบรับประทานโยเกิตยี่ห้อ โฟร์โมสต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 ตราयीห่อที่มีผู้ชอบมากที่สุด เป็นอันดับสองคือ ตราโยเพลท์ คิดเป็นร้อยละ 28.6 และเมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ ก็ปรากฏว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ชอบโยเกิตตราโฟร์โมสต์ มากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง รองลงไป คือ ตราโยเพลท์ มีผู้ชอบมากที่สุด เป็นอันดับสอง

ตารางที่ 4.35 แสดงการสกัดด้วยวิธีสกัดด้วยตัวทำละลายต่าง ๆ ที่ใช้ตอบใช้ในการสกัดอินทรีย์ในพืช

ปัจจัย	จำนวนผู้ตอบและคะแนนของแต่ละปัจจัย							คะแนนรวม
	อันดับ 1 (7คะแนน)	อันดับ 2 (6คะแนน)	อันดับ 3 (5คะแนน)	อันดับ 4 (4คะแนน)	อันดับ 5 (3คะแนน)	อันดับ 6 (2คะแนน)	อันดับ 7 (1คะแนน)	
ตราประทับ	34 (238)	51 (306)	32 (160)	23 (92)	13 (39)	11 (22)	11 (11)	868
ราคา	16 (112)	38 (228)	53 (265)	20 (80)	26 (78)	9 (18)	13 (13)	794
รสชาติ	110 (770)	42 (252)	14 (70)	6 (24)	1 (3)	-	2 (2)	1121
การโฆษณา	4 (28)	4 (24)	18 (90)	53 (212)	46 (138)	33 (66)	17 (17)	575
การส่งเสริมการขาย	4 (28)	17 (102)	15 (75)	19 (76)	37 (111)	49 (98)	34 (34)	524
ส่วนหน้าของผู้ใช้	2 (14)	6 (36)	11 (55)	11 (44)	26 (78)	51 (102)	68 (68)	397
ความสะดวกในการซื้อ	5 (35)	17 (102)	32 (160)	42 (168)	26 (78)	23 (46)	30 (30)	619

จากตารางแสดงให้เห็น ปัจจัยสำคัญที่ผู้ตอบใช้ในการตัดสินใจซื้อโยเกิร์ต ซึ่งได้แก่

ปัจจัยสำคัญที่สุด คือ รสชาติ มีคะแนนรวมสูงที่สุดถึง 1121

ปัจจัยสำคัญอันดับสอง คือ ทรายี่ห้อ มีคะแนนรวม 868

ปัจจัยสำคัญอันดับสาม คือ ราคา มีคะแนนรวม 794

การคิดคะแนนเพื่อหาระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ตอบใช้ในการตัดสินใจซื้อโยเกิร์ต คิดจาก ผลคูณของจำนวนและระดับความสำคัญที่ให้ โดยกำหนดระดับความสำคัญไว้ดังนี้

อันดับ	1	คูณด้วยคะแนน	7
อันดับ	2	คูณด้วยคะแนน	6
อันดับ	3	คูณด้วยคะแนน	5
อันดับ	4	คูณด้วยคะแนน	4
อันดับ	5	คูณด้วยคะแนน	3
อันดับ	6	คูณด้วยคะแนน	2
อันดับ	7	คูณด้วยคะแนน	1

ตารางที่ 4.36 แสดงปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อโดยเกิดของนักศึกษา

ปัจจัย	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ตรายี่ห้อ	34 (19.4)	19 (23.5)	15 (15.9)
ราคา	16 (9.1)	6 (7.4)	10 (10.6)
รล่ชาติ	110 (62.9)	52 (64.2)	58 (61.7)
การโฆษณา	4 (2.3)	2 (2.5)	2 (2.1)
การส่งเสริมการขาย	4 (2.3)	-	4 (4.3)
คำแนะนำของผู้อื่น	2 (1.1)	-	2 (2.1)
ความสะดวกในการซื้อ	5 (2.9)	2 (2.5)	3 (3.2)
รวม	175	81	94

หมายเหตุ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ตอบเลือกเป็นอันดับ 1

จากตารางจะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบเลือกเป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือ รล่ชาติ ถึงร้อยละ 62.9 รองลงมาคือ ตรายี่ห้อ ร้อยละ 19.4 และราคาร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายร้อยละ 64.2 และเพศหญิงร้อยละ 61.7 เลือก รล่ชาติเป็นอันดับหนึ่ง

ลุ่มมติฐานข้อ 5 รสชาติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อโยเกิร์ตของนักศึกษา

การทดลอง

จากตารางที่ 4.35 แสดงการจัดลำดับความสำคัญให้แก่ปัจจัยต่าง ๆ ที่นักศึกษาใช้ในการตัดสินใจซื้อโยเกิร์ต แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยที่มีคะแนนรวมสูงสุด ได้แก่ รสชาติ โดยมีคะแนนรวม 1121

ปัจจัยที่มีคะแนนรวมเป็นอันดับสอง ได้แก่ ทรายี่ห้อ โดยมีคะแนนรวม 868

ปัจจัยที่มีคะแนนรวมเป็นอันดับสาม ได้แก่ ราคา โดยมีคะแนนรวม 794

จากตารางที่ 4.36 แสดงปัจจัยที่ผู้ตอบเลือกเป็นอันดับหนึ่ง ปรากฏว่า ปัจจัยที่มีผู้เลือกเป็นอันดับ 1 สูงสุดคือ รสชาติ ร้อยละ 62.9 รองลงมาคือ ทรายี่ห้อ ร้อยละ 19.4 และราคาร้อยละ 9.1

ดังนั้นรสชาติจึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อโยเกิร์ตของนักศึกษา

ตารางที่ 4.37 แสดงปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อใบเกิดของผู้ลงทุนโดยแยกตามรายปีได้

ปัจจัย	รายปีได้						รวม
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000-1,500 บาท	1,501-2,000 บาท	2,001-2,500 บาท	2,501-3,000 บาท	3,000 บาท ขึ้นไป	
ตราปีที่ซื้อ	5 (25.0)	15 (20.3)	10 (26.3)	2 (11.8)	0	2 (14.3)	34 (19.4)
ราคา	2 (10.0)	9 (12.2)	3 (7.9)	1 (5.9)	0	1 (7.1)	16 (9.1)
รหัสชาติ	11 (55.0)	46 (62.2)	22 (57.9)	14 (82.3)	8 (66.67)	9 (64.3)	110 (62.9)
การโฆษณา	2 (10.0)	1 (1.4)	0	0	1 (8.3)	0	4 (2.3)
การส่งเสริมการขาย	0	0	2 (5.3)	0	1	1	4 (2.3)
คำแนะนำของผู้อื่น	0	1 (1.4)	0	0	1 (8.3)	0	2 (1.1)
ความสัมพันธ์ในการซื้อ	0	2 (2.7)	1 (2.6)	0	1 (8.3)	1 (7.1)	5 (2.9)
รวม	20	74	38	17	12	14	175

หมายเหตุ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ตอบเลือกเป็นอันดับ 1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบในแต่ละระดับรายปีได้ มากกว่าร้อยละ 50.0 เลือกส่วชาติเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการ

ตัดสินใจซื้อใบเกิด รองลงมาคือ ตราปีที่ซื้อ และราคาตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงบัญชีที่สำคัยที่สุดที่ใช้ในการตัดสินค่าใช้จ่าย โดยแยกตามอายุ

บัญชี	อายุ				รวม
	ต่ำกว่า 17 ปี	17 - 19 ปี	20 - 22 ปี	23 ปีขึ้นไป	
ตราถือ	1 (33.33)	8 (14.3)	20 (20.4)	5 (27.8)	34 (19.4)
ราคา	0	7 (12.5)	8 (8.2)	1 (5.6)	16 (9.1)
รหัสขาด	2 (66.6)	37 (66.1)	59 (60.2)	12 (66.6)	110 (62.9)
การโฆษณา	0	2 (3.6)	2	0	4 (2.3)
การส่งเสริมการขาย	0	0	4 (4.0)	0	4 (2.3)
การแนะนำของผู้อื่น	0	0	2 (2.0)	0	2 (1.1)
ความสะดวกในการซื้อ	0	2 (3.6)	3 (3.1)	0	5 (2.9)
รวม	3	56	98	18	175

หมายเหตุ บัญชีที่สำคัยที่สุด หมายถึง บัญชีที่ผู้ตอบเลือกเป็นอันดับ 1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบในแต่ละระดับอายุ มากกว่าร้อยละ 50.0 เลือกสัปดาห์เป็นบัญชีที่สำคัยที่สุดในการตัดสินใจซื้อ

โบเกิด รองลงมาคือ ตราถือ

ตารางที่ 4.39 แสดงรายการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์โดยเกิดที่ผู้บริโภคต้องการ

รายการส่งเสริมการขาย	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ไม่ต้องการ	13 (7.4)	9 (11.1)	4 (4.3)
ลดราคาในโอกาสต่าง ๆ	65 (37.1)	31 (38.3)	34 (36.2)
จัดรายการชิงโชค	7 (4.0)	6 (7.4)	1 (1.1)
แจกคู่มือไว้ซื้อครั้งต่อไปในราคาพิเศษ	54 (30.9)	22 (27.2)	32 (34.0)
มีของแถม	33 (18.9)	11 (13.6)	22 (23.4)
อื่น ๆ (เช่นซื้อ 1 แถม 1)	3 (1.7)	2 (2.4)	1 (1.1)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า รายการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบต้องการมากที่สุด คือ ลดราคาในโอกาสต่าง ๆ ถึงร้อยละ 37.1 รองลงมา คือ แจกคู่มือไว้ซื้อในราคาพิเศษ ร้อยละ 30.9 และมีของแถม ร้อยละ 18.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 แสดงข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ควรปรับปรุงรสชาติหรือใส่ผลไม้ให้มากกว่าเดิม	75 (42.9)	27 (33.3)	48 (51.1)
ควรมีรสชาติหลาย ๆ แบบให้เลือก เช่น รสช็อคโกแลต	73 (41.3)	35 (43.2)	38 (40.4)
ควรมีราคาต่ำกว่านี้	125 (71.4)	57 (70.4)	68 (72.3)
ควรวางขายตามที่ตั้งต่าง ๆ ให้มากกว่านี้ เพื่อสะดวกในการซื้อ	32 (18.3)	11 (13.6)	21 (22.3)
อื่น ๆ	3 (1.7)	1 (1.2)	2 (2.1)
รวม	175 100.0	81 100.0	94 100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ หมายถึง ควรมีพนักงานโยเกิร์ตถึงบ้าน ควรมีของแจกแถมมากกว่านี้

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ ต้องการให้โยเกิร์ตมีราคาต่ำกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้ รองลงมา คือ ควรปรับปรุงรสชาติหรือใส่ผลไม้ให้มากกว่าเดิม และควรมีรสชาติหลาย ๆ แบบให้เลือก เช่น รสช็อคโกแลต ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ พบว่า เพศชายส่วนใหญ่ต้องการให้โยเกิร์ตมีราคาต่ำกว่านี้ รองลงมา คือ เสนอแนะให้มีรสชาติหลาย ๆ แบบให้เลือก เช่น รสช็อคโกแลต และให้ปรับปรุงรสชาติใส่ผลไม้ให้มากกว่าเดิม ตามลำดับ

ส่วนเพศหญิงส่วนใหญ่เสนอแนะให้โยเกิร์ตมีราคาต่ำกว่านี้มากที่สุด รองลงมา คือ ปรับปรุงรสชาติ หรือใส่ผลไม้ไปให้มากกว่าเดิม และให้มีรสชาติหลาย ๆ แบบให้เลือก เช่น รสช็อคโกแลต

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต จำแนกตามชั้นปีการศึกษา

ชั้นปี	จำนวน	ร้อยละ
ปีที่ 1	21 (12.4)	24.7
ปีที่ 2	44 (25.9)	31.9
ปีที่ 3	50 (29.4)	37.0
ปีที่ 4	46 (27.1)	46.9
สูงกว่าปีที่ 4	9 (5.3)	37.5
รวม	170 100.0	

หมายเหตุ ร้อยละ คิดจากจำนวนผู้ตอบทั้งหมดในแต่ละชั้นปี

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบในชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 46.9 ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต ส่วนผู้ตอบในชั้นปีที่ 1 มีเพียงร้อยละ 24.7 เท่านั้นที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต จำแนกตามรายได้

ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	28 (16.5)	41.2
1,000 - 1,500 บาท	64 (37.6)	34.6
1,501 - 2,000 บาท	37 (21.8)	33.0
2,001 - 2,500 บาท	18 (10.6)	35.3
2,501 - 3,000 บาท	7 (4.1)	28.0
3,000 บาทขึ้นไป	16	41.0
รวม	(9.4) 170	

หมายเหตุ ร้อยละ คิดจากจำนวนผู้ตอบทั้งหมดในแต่ละระดับรายได้

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ระดับรายได้ที่มีผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ตมากที่สุด คือ ต่ำกว่า 1,000 บาท

เมื่อถามถึงสาเหตุของการที่ไม่เคยรับประทานของผู้ตอบ ได้รับคำตอบดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 แสดงสาเหตุของการไม่เคยรับประทานโยเกิร์ตของผู้ตอบ

สาเหตุ	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
ยังไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์	30 (17.6)	22 (21.5)	8 (11.6)
มีคนบอกว่าไม่อร่อย	21 (12.4)	13 (12.9)	8 (11.6)
ราคาแพงเกินไป	8 (4.7)	6 (5.9)	2 (2.9)
เห็นแล้วไม่ชอบและไม่อยากลอง	43 (25.3)	17 (16.8)	26 (37.7)
ไม่สนใจเพราะไม่จำเป็นต้องรับประทาน	63 (37.1)	42 (41.6)	21 (30.4)
ไม่ชอบอาหารประเภทนม	5 (2.9)	1 (1.0)	4 (5.8)
รวม	170 100.0	101 100.0	69 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า สาเหตุของการไม่เคยรับประทานโยเกิร์ตส่วนใหญ่ ได้แก่ ไม่สนใจ เพราะไม่จำเป็นต้องรับประทาน รองลงมา คือ เห็นแล้วไม่ชอบและไม่อยากลอง และยังไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศพบว่า เพศชายร้อยละ 41.6 ให้เหตุผลว่าไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต เนื่องจากไม่สนใจเพราะไม่จำเป็นต้องรับประทานเป็นส่วนใหญ่ สาเหตุรองลงมา คือ ยังไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์และเห็นแล้วไม่ชอบและไม่อยากลอง ร้อยละ 16.8

ส่วนเพศหญิง ร้อยละ 37.7 ให้เหตุผลว่า ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต เนื่องจากเห็น
แล้วไม่ชอบและไม่อยากลอง รองลงมาคือ ร้อยละ 30.4 ให้เหตุผลที่ไม่รับประทานเพราะว่า
ไม่จำเป็นต้องรับประทาน และอันดับสาม คือยังไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 11.6

ตารางที่ 4.44 แสดงความคิดเห็นของผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต

ความคิดเห็น	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
เป็นอาหารว่างเหมือนขนมหรือไอศกรีม	53 (31.2)	35 (34.7)	18 (26.1)
เป็นอาหารเสริมที่มีประโยชน์บำรุงสุขภาพ	34 (20.0)	23 (22.8)	11 (15.9)
เป็นอาหารเพื่อลดความอ้วน	26 (15.3)	7 (6.9)	19 (27.5)
เป็นอาหารที่ช่วยแก้ปัญหาระบบขับถ่าย	19 (11.2)	11 (10.9)	8 (11.6)
เป็นอาหารที่ไม่มีคุณค่าเป็นต้อง รับประทาน	34 (20.0)	23 (22.8)	11 (15.9)
อื่น ๆ	4 (2.4)	2 (2.0)	2 (2.9)
รวม	170 100.0	101 100.0	69 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต ซึ่งผู้ตอบ
ร้อยละ 31.2 เห็นว่า โยเกิร์ตเป็นอาหารว่างเหมือนขนมหรือไอศกรีม รองลงมาร้อยละ 20.0
เห็นว่าเป็นอาหารเสริมที่มีประโยชน์บำรุงสุขภาพ และเป็นอาหารที่ไม่มีคุณค่าเป็นต้องรับประทาน

ตารางที่ 4.45 แสดงราคาที่เหมาะสมในความคิดเห็นของผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต

ราคาที่เหมาะสม	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
3-4 บาท	27 (15.9)	14 (13.9)	13 (18.8)
5-6 บาท	133 (75.2)	82 (51.2)	51 (73.9)
7-8 บาท	10 (5.9)	5 (5.0)	5 (7.2)
รวม	170 100.0	101 100.0	69 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ ร้อยละ 75.2 เห็นว่า ราคาโยเกิร์ต
ควรตั้งไว้ด้วยละประมาณ 5-6 บาท รองลงมา 3-4 บาท และ 7-8 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 แสดงสื่อโฆษณาโดยเกิดที่ผู้ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ตเคยพบเห็น

ประเภทสื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเห็น	16	9.4 *
หนังสือพิมพ์	16	10.4 **
วิทยุ	9	5.8 **
ข้างรถเมล์/ท้ายรถเมล์	43	27.9 **
โทรทัศน์	133	86.4 **
นิตยสาร วารสาร	39	25.3 **
โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา	31	20.1 **
อื่น ๆ	3	1.9 **

หมายเหตุ * ร้อยละ คิดจากจำนวนผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ตทั้งหมด 170 คน

** ร้อยละคิดจากจำนวนผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ตแต่เคยเห็นโฆษณาทั้งหมด
154 คน

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ในจำนวนผู้ที่เคยเห็นโฆษณา ร้อยละ 86.4 จะพบจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อโฆษณาข้างรถเมล์ท้ายรถเมล์ และนิตยสาร วารสาร ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงการโฆษณาที่ผู้ตอบจำได้ จำแนกตามตราห้อยและสื่อโฆษณา

ตราห้อย	จำนวน	ร้อยละ	จากสื่อโฆษณา
พรีเมียมส์	43	38.4	1. โทรทัศน์ 35 (81.4%) 2. นิตยสาร วารสาร 5 (11.6%) 3. โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา 3 (7.0%)
โยเพลท์	64	57.1	1. โทรทัศน์ 56 (87.5%) 2. นิตยสาร วารสาร 1 (1.6%) 3. โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา 2 (3.1%) 4. ข้างรถเมล์/ท้ายรถเมล์ 4 (6.2%) 5. อื่น ๆ 1 (1.6%)
สวีลส์ไต้ลล์	5	4.5	1. โทรทัศน์ 1 (20.0%) 2. นิตยสาร วารสาร 3 (60.0%) 3. โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา 1 (20.0%)

จากตารางแสดงให้เห็นว่า โฆษณาโยเกิร์ตที่ผู้ตอบจำได้มากที่สุด คือ ตราห้อย โยเพลท์ จากสื่อโทรทัศน์ รองลงมา ได้แก่ ตราห้อยพรีเมียมส์ จากสื่อโทรทัศน์

และจากการสอบถามรายละเอียดของโฆษณา ผู้ตอบส่วนใหญ่จะจำรายละเอียดของโฆษณาโยเกิร์ต ยี่ห้อโยเพลท์ จากสื่อโฆษณาโทรทัศน์ได้มากที่สุด

ตารางที่ 4.48 แสดงความคิดเห็นที่จะลองรับประทานโยเกิร์ตในอนาคตของผู้ที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต.

ความคิด	รวม	เพศ	
		ชาย	หญิง
คิดที่จะลอง	64 (37.6)	41 (40.6)	23 (33.3)
คิดว่าจะไม่ลอง	72 (42.4)	41 (40.6)	31 (44.9)
ไม่แน่ใจ	34 (20.0)	19 (18.8)	15 (21.7)
รวม	170 100.0	101 100.0	69 100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบที่ไม่เคยรับประทานโยเกิร์ต ร้อยละ 42.4 คิดว่าจะไม่ลองรับประทานโยเกิร์ตในอนาคต และมีผู้ที่จะลองรับประทาน ร้อยละ 37.6

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ พบว่า เพศชายมีจำนวนผู้ที่จะรับประทานและไม่ลองรับประทานโยเกิร์ตเท่ากัน คือ ร้อยละ 40.6 ส่วนเพศหญิงมีผู้ที่จะไม่ลองรับประทานมากกว่าผู้ที่จะลองรับประทาน

สำหรับเหตุผลที่คิดจะลองรับประทานของผู้ตอบ คือ ต้องการรู้รสชาติว่ามีความอร่อยเพียงใด และเมื่อได้ทราบถึงคุณค่าทางอาหารก็ต้องการที่จะบำรุงสุขภาพ

ส่วนผู้ที่จะไม่ลองให้เหตุผลว่า เป็นอาหารที่ไม่มีความจำเป็นต้องรับประทานมีคนบอกว่าไม่อร่อย และเหตุผลอีกประการหนึ่งก็คือ บางคนไม่ชอบรับประทานอาหารประเภทนม