

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภครถต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในกรุงเทพมหานคร ได้เก็บรวบรวมข้อมูล และแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยแบ่งออกเป็นผู้บริโภครถต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำนวน 200 ราย และผู้ไม่บริโภครถต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำนวน 200 ราย การแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 12)

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในกรุงเทพมหานคร (ตารางที่ 13 ถึงตารางที่ 50)

- 2.1 องค์ประกอบด้านสติปัญญา (ความรู้ความเข้าใจ)
- 2.2 องค์ประกอบด้านท่าทีความรู้สึก (ความคิดเห็น)
- 2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ตารางที่ 51 ถึงตารางที่ 56)

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำแตกต่างกันหรือไม่ตามตัวแปรเพศ ระดับการศึกษา และ รายได้

(ตารางที่ 57 ถึงตารางที่ 72)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	142	35.5
หญิง	258	64.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.5 เพศชาย ร้อยละ 35.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามเพศ

เพศ	ผู้บริโภค		ผู้ไม่บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	83	41.5	59	29.5
หญิง	117	58.5	141	70.5
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.5 เพศชาย ร้อยละ 41.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.5 เพศชาย ร้อยละ 29.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	8	2.0
21-30 ปี	156	39.0
31-40 ปี	92	23.0
41-50 ปี	98	24.5
50 ปีขึ้นไป	46	11.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 39.0 รองลงมา อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 24.5 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 23.0 อายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11.5 และอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามอายุ

อายุ	ผู้บริโภค		ผู้ไม่บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	2	1.0	6	3.0
21-30 ปี	75	37.5	81	40.5
31-40 ปี	50	25.0	42	21.0
41-50 ปี	44	22.0	54	27.0
50 ปีขึ้นไป	29	14.5	17	8.5
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ อายุ 21-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 37.5 รองลงมาอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 25.0 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 22.0 อายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 14.5 และอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีอายุ 21-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 40.5 รองลงมาอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 27.0 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 21.0 อายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.5 และอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมต้น	9	2.3
มัธยมปลาย / ปวช.	41	10.3
อนุปริญญา / ปวส.	70	17.5
ปริญญาตรี	249	62.3
สูงกว่าปริญญาตรี	31	7.8
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.3 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 17.5 การศึกษาระดับมัธยมปลาย / ปวช. ร้อยละ 10.3 การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 7.8 และการศึกษาระดับมัธยมต้น ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ผู้บริโภค		ผู้ไม่บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมต้น	4	2.0	5	2.5
มัธยมปลาย / ปวช.	29	14.5	12	6.0
อนุปริญญา / ปวส.	35	17.5	35	17.5
ปริญญาตรี	114	57.0	135	67.5
สูงกว่าปริญญาตรี	18	9.0	13	6.5
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.0 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 17.5 การศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. ร้อยละ 14.5 การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.0 และการศึกษาระดับมัธยมต้นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 67.5 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 17.5 การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 6.5 การศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. ร้อยละ 6.0 และการศึกษาระดับมัธยมต้น ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	11	2.8
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	73	18.3
พนักงานบริษัทเอกชน	156	39.0
เจ้าของกิจการ	52	13.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	32	8.0
รับจ้างทั่วไป	11	2.8
อาชีพอิสระ	64	16.0
อื่นๆ	1	0.3
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ชายของที่ระลึก (จำนวน 1 คน)

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 39.0 รองลงมา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 18.3 อาชีพอิสระ ร้อยละ 16.0 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 13.0 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 8.0 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 2.8 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 2.8 และอื่น ๆ (ชายของที่ระลึก) ร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ผู้บริโภค		ผู้ไม่บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	5	2.5	6	3.0
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	13.0	47	23.5
พนักงานบริษัทเอกชน	80	40.0	76	38.0
เจ้าของกิจการ	23	11.5	29	14.5
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	10	5.0	22	11.0
รับจ้างทั่วไป	8	4.0	3	1.5
อาชีพอิสระ	48	24.0	16	8.0
อื่นๆ	0	0.0	1	0.5
รวม	200	100.0	200	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ชายของที่ระลึก (ผู้ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำนวน 1 คน)

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 40.0 รองลงมาประกอบอาชีพอิสระ ร้อยละ 24.0 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.0 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 11.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 5.0 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 4.0 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 38.0 รองลงมา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 23.5 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 14.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 11.0 อาชีพอิสระ ร้อยละ 8.0 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 3.0 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 1.5 และอาชีพอื่นๆ (ชายของที่ระลึก) ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	39	9.8
10,001 – 20,000 บาท	132	33.0
20,001 – 30,000 บาท	149	37.2
30,001 – 40,000 บาท	49	12.2
40,001 – 50,000 บาท	9	2.3
50,000 บาท ขึ้นไป	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 20,001–30,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 37.3 รองลงมา มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 33.0 รายได้ 30,001- 40,000 บาท ร้อยละ 12.3 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 9.8 รายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 5.5 และรายได้ 40,001- 50,000 บาท ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผู้บริโภค		ผู้ไม่บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	19	9.5	20	10.0
10,001 – 20,000 บาท	78	39.0	54	27.0
20,001 – 30,000 บาท	76	38.0	73	36.5
30,001 – 40,000 บาท	18	9.0	31	15.5
40,001 – 50,000 บาท	3	1.5	6	3.0
50,000 บาท ขึ้นไป	6	3.0	16	8.0
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 39.0 รองลงมา มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 38.0 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 9.5 รายได้ 30,001- 40,000 บาท ร้อยละ 9.0 รายได้ 50,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 3.0 และรายได้ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรายได้ 20,001-30,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 36.5 รองลงมา มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 27.0 รายได้ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 15.5 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 10.0 รายได้ 50,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 8.0 และรายได้ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	178	44.5
สมรส	206	51.5
อื่นๆ	16	4.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือก “อื่นๆ” ไม่ได้ระบุรายละเอียด

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.5 รองลงมา มีสถานภาพโสด ร้อยละ 44.5 และสถานภาพอื่นๆ ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ผู้บริโภค		ผู้ไม่บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	105	52.5	73	36.5
สมรส	91	45.5	115	57.5
อื่นๆ	4	2.0	12	6.0
รวม	200	100.0	200	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือก “อื่นๆ” ไม่ได้ระบุรายละเอียด

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 52.5 รองลงมา มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 45.5 และสถานภาพอื่นๆ ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 57.5 รองลงมา มีสถานภาพโสด ร้อยละ 36.5 และสถานภาพอื่นๆ ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ทักษะการคิดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในกรุงเทพมหานคร
 2.1 องค์ประกอบด้านสติปัญญา (ความรู้ความเข้าใจ)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความรู้ความเข้าใจ
 เกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

ระดับความรู้ ความเข้าใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ดีมาก	7	1.7	4
ดี	25	6.3	3
ปานกลาง	242	60.5	1
เล็กน้อย	119	29.8	2
ไม่ทราบเลย	7	1.7	4
รวม	400	100.0	

หมายเหตุ : เป็นการประเมินตนเองโดยผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 60.5 รองลงมาในระดับเล็กน้อย ร้อยละ 29.8 ระดับดี ร้อยละ 6.3 ตามลำดับ สำหรับระดับดีมากและไม่ทราบเลยอยู่ในระดับที่เท่ากันคือ ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภค และไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

ระดับความรู้ความเข้าใจ	ผู้บริโภค			ผู้ไม่บริโภค		
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ดีมาก	3	1.5	4	4	2.0	5
ดี	9	4.5	3	16	8.0	3
ปานกลาง	101	50.5	1	141	70.5	1
เล็กน้อย	87	43.5	2	32	16.0	2
ไม่ทราบเลย	0	0.0	5	7	3.5	4
รวม	200	100.0		200	100.0	

หมายเหตุ : เป็นการประเมินตนเองโดยผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่คิดว่าตนเอง มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.5 รองลงมาในระดับเล็กน้อย ร้อยละ 43.5 ระดับดี ร้อยละ 4.5 และระดับดีมาก ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ส่วนใหญ่คิดว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 70.5 รองลงมาในระดับเล็กน้อย ร้อยละ 16.0 ระดับดี ร้อยละ 8.0 ไม่ทราบเลย ร้อยละ 3.5 และระดับดีมาก ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลการวัดความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

รายการ	ผลการตอบคำถามในการวัดระดับความรู้ความเข้าใจ						รวม	
	ตอบถูก		ตอบผิด		ตอบไม่ทราบ		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. สารให้ความหวานพลังงานต่ำสามารถใช้ทดแทนน้ำตาลได้	399	99.8	0	0.0	1	0.2	400	100.0
2. การบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีส่วนช่วยในการควบคุมน้ำหนัก	384	96.0	3	0.8	13	3.2	400	100.0
3. สารให้ความหวานพลังงานต่ำเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เป็นโรคเบาหวาน เท่านั้น	77	19.3	230	57.5	93	23.2	400	100.0
4. สารให้ความหวานพลังงานต่ำให้แคลอรี (พลังงาน) ต่ำกว่าน้ำตาล ในระดับความหวานเดียวกัน	296	74.0	14	3.5	90	22.5	400	100.0
5. สารให้ความหวานพลังงานต่ำใช้ในการผสมกับเครื่องดื่ม นอกจากนี้สามารถใช้ในการประกอบอาหารแทนน้ำตาลได้	309	77.2	5	1.3	86	21.5	400	100.0
6. สารให้ความหวานที่นิยมนำมาใช้แทนน้ำตาลมีเพียงแอสปาแตมชนิดเดียวเท่านั้น	106	26.5	60	15.0	234	58.5	400	100.0
7. สารให้ความหวานพลังงานต่ำทดแทนน้ำตาลเหมาะกับผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย	220	55.0	76	19.0	104	26.0	400	100.0
8. ผู้บริโภคสามารถบริโภคสารให้ความหวานทุกชนิดได้โดยไม่จำกัด	190	47.5	93	23.3	117	29.2	400	100.0
9. ซักคารินหรือซันทอครเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาลชนิดที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	314	78.5	26	6.5	60	15.0	400	100.0
10. สตีวีโอไซด์เป็นสารให้ความหวานที่สกัดได้จากหญ้าหวาน	91	22.8	14	3.5	295	73.7	400	100.0
11. แอสปาแตมเป็นสารให้ความหวานที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	53	13.3	18	4.5	329	82.2	400	100.0
12. รสหวานของแอสปาแตมจะลดลงเมื่อได้รับความร้อนสูงเป็นเวลานาน	79	19.8	16	4.0	305	76.2	400	100.0
13. ปัจจุบันข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์และโทษของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อย	207	51.8	16	4.0	177	44.2	400	100.0
14. สารให้ความหวานไม่ได้ใช้เฉพาะอุตสาหกรรมอาหารเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆได้	117	44.3	5	1.3	218	54.4	400	100.0
15. สารให้ความหวานพลังงานต่ำที่มีแอสปาแตมเป็นส่วนผสม ไม่เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เป็นโรคฟีนิลคีโตนูเรีย (โรคที่เป็นตั้งแต่กำเนิด ร่างกายไม่สามารถย่อยสารฟีนิลอะลานีน ทำให้เกิดการสะสมและจะไปทำลายเซลล์สมอง ทำให้เกิดภาวะปัญญาอ่อน)	24	6.0	13	3.3	363	90.7	400	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ดังนี้

1. เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้และตอบถูก ได้แก่

- 1.1 ความรู้เรื่องสารให้ความหวานพลังงานต่ำสามารถใช้ทดแทนน้ำตาลได้ ร้อยละ 99.8
- 1.2 ความรู้เรื่องการบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีส่วนช่วยในการควบคุมน้ำหนัก ร้อยละ 96.0
- 1.3 ความรู้เรื่องซัคคารินหรือซัคทครเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาลชนิดที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ ร้อยละ 78.5
- 1.4 ความรู้เรื่องสารให้ความหวานพลังงานต่ำใช้ในการผสมกับเครื่องดื่ม นอกจากนี้สามารถใช้ในการประกอบอาหาร แทนน้ำตาลได้ ร้อยละ 77.2
- 1.5 ความรู้เรื่องสารให้ความหวานพลังงานต่ำให้แคลอรี (พลังงาน) ต่ำกว่าน้ำตาลในระดับความหวานเดียวกัน ร้อยละ 74.0
- 1.6 ความรู้เรื่องสารให้ความหวานพลังงานต่ำทดแทนน้ำตาลเหมาะกับผู้ป่วยโรคทุกเพศทุกวัย ร้อยละ 55.0
- 1.7 ความรู้เรื่องปัจจุบันข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์และโทษของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อย ร้อยละ 51.8

2. เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบผิด ได้แก่

- 2.1 ความรู้เรื่องสารให้ความหวานพลังงานต่ำเหมาะสำหรับผู้ป่วยโรคที่เป็นโรคเบาหวานเท่านั้น ร้อยละ 57.5

3. เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบ ได้แก่

- 3.1 ความรู้เรื่องสารให้ความหวานพลังงานต่ำที่มีแอสปาเทมเป็นส่วนผสม ไม่เหมาะสำหรับผู้ป่วยโรคที่เป็นโรคฟีนิลคีโตนูเรีย (โรคที่เป็นตั้งแต่กำเนิด ร่างกายไม่สามารถย่อยสารฟีนิลอะลานีนทำให้เกิดการสะสมและจะไปทำลายเซลล์สมอง ทำให้เกิดภาวะปัญญาอ่อน) ร้อยละ 90.7
- 3.2 ความรู้เรื่องแอสปาเทมเป็นสารให้ความหวานที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร้อยละ 82.2
- 3.3 ความรู้เรื่องรสหวานของแอสปาเทมจะลดลงเมื่อได้รับความร้อนสูงเป็นเวลานาน ร้อยละ 76.2

- 3.4 ความรู้เรื่องสตีวิโอไซด์เป็นสารให้ความหวานที่สกัดได้จากหญ้าหวาน ร้อยละ 73.7
- 3.5 ความรู้เรื่องสารให้ความหวานที่นิยมนำมาใช้แทนน้ำตาลมีเพียงแอสปาแตมชนิดเดียวเท่านั้น ร้อยละ 58.5
- 3.6 ความรู้เรื่องสารให้ความหวานไม่ได้ใช้เฉพาะอุตสาหกรรมอาหารเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆได้ ร้อยละ 54.4



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภค และไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามผลการวัดความรู้ความเข้าใจ

รายการ	ผลการวัดความรู้ความเข้าใจ					
	ผู้บริโภค			ผู้ไม่บริโภค		
	สารให้ความหวานพลังงานต่ำ			สารให้ความหวานพลังงานต่ำ		
	ถูก	ผิด	ไม่ทราบ	ถูก	ผิด	ไม่ทราบ
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.สารให้ความหวานพลังงานต่ำสามารถใช้ทดแทนน้ำตาลได้	199 (99.5)	0 (0.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
2.การบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีส่วนช่วยในการควบคุมน้ำหนัก	194 (97.0)	0 (0.0)	6 (3.0)	190 (95.0)	3 (1.5)	7 (3.5)
3.สารให้ความหวานพลังงานต่ำเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เป็นโรคเบาหวาน เท่านั้น	85 (42.5)	46 (23.0)	69 (34.5)	145 (72.5)	31 (15.5)	24 (12.0)
4.สารให้ความหวานพลังงานต่ำให้แคลอรี (พลังงาน) ต่ำกว่าน้ำตาล ในระดับความหวาน เดียวกัน	131 (65.5)	2 (1.0)	67 (33.5)	165 (82.5)	12 (6.0)	23 (11.5)
5.สารให้ความหวานพลังงานต่ำใช้ในการผสมกับเครื่องดื่ม นอกจากนี้ยังสามารถใช้ในการประกอบอาหาร แทนน้ำตาลได้	121 (60.5)	1 (0.5)	78 (39.0)	188 (94.0)	4 (2.0)	8 (4.0)
6.สารให้ความหวานที่นิยมนำมาใช้แทนน้ำตาล มีเพียงแอสปาแตมชนิดเดียวเท่านั้น	36 (18.0)	29 (14.5)	135 (67.5)	24 (12.0)	77 (38.5)	99 (49.5)
7.สารให้ความหวานพลังงานต่ำทดแทนน้ำตาล เหมาะกับผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย	42 (21.0)	69 (34.5)	89 (44.5)	34 (17.0)	151 (75.5)	15 (7.5)
8.ผู้บริโภคสามารถบริโภคสารให้ความหวานทุกชนิดได้โดยไม่จำกัด	69 (34.5)	33 (16.5)	98 (49.0)	24 (12.0)	157 (78.5)	19 (9.5)
9.ซัลคารินหรือซันทอกรเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาลชนิดที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	166 (83.0)	11 (5.5)	23 (11.5)	148 (74.0)	15 (7.5)	37 (18.5)
10.สตีวียอไซด์เป็นสารให้ความหวานที่สกัดได้จากหญ้าหวาน	19 (9.5)	5 (2.5)	176 (88.0)	72 (36.0)	9 (4.5)	119 (59.5)
11.แอสปาแตมเป็นสารให้ความหวานที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	36 (18.0)	7 (3.5)	157 (78.5)	17 (8.5)	11 (5.5)	172 (86.0)

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามผลการวัดความรู้ความเข้าใจ

รายการ	ผลการวัดความรู้ความเข้าใจ					
	ผู้บริโภคสารให้ความหวาน			ผู้ไม่บริโภคสารให้ความหวาน		
	ถูก	ผิด	ไม่ทราบ	ถูก	ผิด	ไม่ทราบ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
12.รสหวานของแอสปาแตมจะลดลงเมื่อได้รับความร้อนสูงเป็นเวลานาน	75 (37.5)	6 (3.0)	119 (59.5)	4 (2.0)	10 (5.0)	186 (93.0)
13.ปัจจุบันข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์และโทษของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อย	91 (45.5)	3 (1.5)	106 (53.0)	116 (58.0)	13 (6.5)	71 (35.5)
14.สารให้ความหวานไม่ได้ใช้เฉพาะอุตสาหกรรมอาหารเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆได้	45 (22.5)	1 (0.5)	154 (77.0)	132 (66.0)	4 (2.0)	64 (32.0)
15.สารให้ความหวานพลังงานต่ำที่มีแอสปาแตมเป็นส่วนผสม ไม่เหมาะสำหรับ ผู้บริโภคที่เป็นโรคฟิโนลิกโตนูเรีย (โรคที่เป็นตั้งแต่กำเนิดร่างกายไม่สามารถย่อยสารฟิโนลอะลาโนน ทำให้เกิดการสะสมและจะไปทำลายเซลล์สมอง ทำให้เกิดภาวะปัญญาอ่อน)	19 (9.5)	0 (0.0)	181 (90.5)	5 (2.5)	13 (6.5)	182 (91.0)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความรู้ความเข้าใจต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำดังนี้

1. เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้และตอบถูก ได้แก่

1.1 สารให้ความหวานพลังงานต่ำสามารถใช้ทดแทนน้ำตาลได้ ร้อยละ 99.5

1.2 การบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีส่วนช่วยในการควบคุมน้ำหนัก ร้อยละ 97.0

1.3 ซัคารินหรือซัคทอสเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาลชนิดที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ ร้อยละ 83.0

1.4 สารให้ความหวานพลังงานต่ำให้แคลอรี (พลังงาน) ต่ำกว่าน้ำตาล ในระดับความหวานเดียวกันร้อยละ 65.5

- 1.5 สารให้ความหวานพลังงานต่ำใช้ในการผสมกับเครื่องดื่ม นอกจากนี้สามารถใช้ในการประกอบอาหาร แทนน้ำตาลได้ ร้อยละ 60.5
2. เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบผิดไม่มีเลย โดยเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบผิดมากที่สุด คือเรื่องสารให้ความหวานพลังงานต่ำทดแทนน้ำตาลเหมาะกับผู้บริโภค ทุกเพศ ทุกวัย ร้อยละ 34.5
3. เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบ ได้แก่
 - 3.1 สารให้ความหวานพลังงานต่ำที่มีแอสปาเทมเป็นส่วนผสม ไม่เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เป็นโรคฟีนิลคีโตนูเรีย (โรคที่เป็นตั้งแต่กำเนิด ร่างกายไม่สามารถย่อยสารฟีนิลอะลานีน ทำให้เกิดการสะสมและจะไปทำลายเซลล์สมอง ทำให้เกิดภาวะปัญญาอ่อน) ร้อยละ 90.5
 - 3.2 สตีวีโอไซด์เป็นสารให้ความหวานที่สกัดได้จากหญ้าหวาน ร้อยละ 88.0
 - 3.3 แอสปาเทมเป็นสารให้ความหวานที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร้อยละ 78.5
 - 3.4 สารให้ความหวานไม่ได้ใช้เฉพาะอุตสาหกรรมอาหารเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆได้ ร้อยละ 77.0
 - 3.5 สารให้ความหวานที่นิยมนำมาใช้แทนน้ำตาลมีเพียงแอสปาเทมชนิดเดียวเท่านั้น ร้อยละ 67.5
 - 3.6 รสหวานของแอสปาเทมจะลดลงเมื่อโดนความร้อนสูงเป็นเวลานาน ร้อยละ 59.5
 - 3.7 ปัจจุบันข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์และโทษของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อย ร้อยละ 53.0

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความรู้ความเข้าใจต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำดังนี้

1. เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้และตอบถูก ได้แก่
 - 1.1 สารให้ความหวานพลังงานต่ำสามารถใช้ทดแทนน้ำตาลได้ ร้อยละ 100.0
 - 1.2 การบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีส่วนช่วยในการควบคุมน้ำหนัก ร้อยละ 95.0
 - 1.3 สารให้ความหวานพลังงานต่ำใช้ในการผสมกับเครื่องดื่ม นอกจากนี้สามารถใช้ในการประกอบอาหาร แทนน้ำตาลได้ ร้อยละ 94.0
 - 1.4 สารให้ความหวานพลังงานต่ำให้แคลอรี (พลังงาน) ต่ำกว่าน้ำตาล ในระดับความหวานเดียวกัน ร้อยละ 82.5

- 1.5 ซักคารินหรือซัคทอร์เป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาลชนิดที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ ร้อยละ 74.0
- 1.6 สารให้ความหวานพลังงานต่ำเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เป็นโรคเบาหวานเท่านั้น ร้อยละ 72.5
- 1.7 สารให้ความหวานไม่ได้ใช้เฉพาะอุตสาหกรรมอาหารเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ได้ ร้อยละ 66.0
- 1.8 ปัจจุบันข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์และโทษของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อยร้อยละ 58.0
2. เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบผิด ได้แก่
 - 2.1 ผู้บริโภคสามารถบริโภคสารให้ความหวานทุกชนิดได้โดยไม่จำกัด ร้อยละ 78.5
 - 2.2 สารให้ความหวานพลังงานต่ำทดแทนน้ำตาลเหมาะกับผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ร้อยละ 75.5
3. เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบ ได้แก่
 - 3.1 รสหวานของแอสปาเทมจะลดลงเมื่อได้รับความร้อนสูงเป็นเวลานาน ร้อยละ 93.0
 - 3.2 สารให้ความหวานพลังงานต่ำที่มีแอสปาเทมเป็นส่วนผสม ไม่เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เป็นโรคฟีนิลคีโตนูเรีย (โรคที่เป็นตั้งแต่กำเนิด ร่างกายไม่สามารถย่อยสารฟีนิลอะลานีน ทำให้เกิดการสะสมและจะไปทำลายเซลล์สมอง ทำให้เกิดภาวะปัญญาอ่อน) ร้อยละ 91.0
 - 3.3 แอสปาเทมเป็นสารให้ความหวานที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร้อยละ 86.0
 - 3.4 สตีวีโอไซด์เป็นสารให้ความหวานที่สกัดได้จากหญ้าหวาน ร้อยละ 59.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนข้อที่ตอบ ถูกต้องเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

จำนวนข้อที่มีผู้ตอบถูกต้อง	จำนวนผู้ที่ตอบถูกต้อง	ร้อยละ	ลำดับที่
1 ข้อ	0	0.0	-
2 ข้อ	6	1.5	10
3 ข้อ	22	5.5	9
4 ข้อ	30	7.5	7
5 ข้อ	40	10.0	5
6 ข้อ	40	10.0	5
7 ข้อ	49	12.2	3
8 ข้อ	53	13.2	2
9 ข้อ	87	21.7	1
10 ข้อ	45	11.3	4
11 ข้อ	23	5.8	8
12 ข้อ	3	0.7	11
13 ข้อ	2	0.5	12
14 ข้อ	0	0.0	-
15 ข้อ	0	0.0	-
รวม	400	100.0	
ค่าเฉลี่ย	7.38		

หมายเหตุ : 1 ข้อ = 1 คะแนน คะแนนเต็ม 15 คะแนน

จากตารางที่ 17 พบว่าค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนที่มีผู้ตอบถูกต้องเท่ากับ 7.38 คะแนน โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำดังนี้ ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 9 คะแนนมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 21.7 รองลงมาผู้ที่ได้ระดับคะแนน 8 คะแนน ร้อยละ 13.2 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 7 คะแนน ร้อยละ 12.3 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 10 คะแนน ร้อยละ 11.3 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 5 และ 6 คะแนน มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 10.0 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 4 คะแนน ร้อยละ 7.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 11 คะแนน ร้อยละ 0.7 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 3 คะแนน ร้อยละ 0.5 ผู้ที่ได้

ระดับคะแนน 2 คะแนน ร้อยละ 1.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 12 คะแนน ร้อยละ 0.7 และผู้ที่ได้ระดับ
คะแนน 13 คะแนน ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวาน
พลังงานต่ำ จำแนกตามจำนวนข้อที่มีผู้ตอบถูกต้อง

จำนวนข้อ ที่มีผู้ตอบถูกต้อง	ผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ			ผู้ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ		
	จำนวนผู้ ที่ตอบถูกต้อง	ร้อยละ	ลำดับที่	จำนวนผู้ ที่ตอบถูกต้อง	ร้อยละ	ลำดับที่
1 ข้อ	0	0.0	-	0	0.0	-
2 ข้อ	6	3.0	9	0	0.0	-
3 ข้อ	21	10.5	5	1	0.5	11
4 ข้อ	25	12.5	3	5	2.5	8
5 ข้อ	29	14.5	2	11	5.5	7
6 ข้อ	22	11.0	4	18	9.0	5
7 ข้อ	18	9.0	7	31	15.5	4
8 ข้อ	19	9.5	6	34	17.0	3
9 ข้อ	45	22.5	1	42	21.0	1
10 ข้อ	10	5.0	8	35	17.5	2
11 ข้อ	5	2.5	10	18	9.0	5
12 ข้อ	0	0.0	-	3	1.5	9
13 ข้อ	0	0.0	-	2	1.0	10
14 ข้อ	0	0.0	-	0	0.0	-
15 ข้อ	0	0.0	-	0	0.0	-
รวม	200	100.0		200	100.0	
ค่าเฉลี่ย		6.45			8.32	

หมายเหตุ : 1 ข้อ = 1 คะแนน คะแนนเต็ม 15 คะแนน

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำดังนี้ ค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนที่มีผู้ตอบถูกต้องของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำเท่ากับ 6.45 โดยผู้ที่ได้ระดับคะแนน 9 คะแนน มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 22.0 รองลงมาคือผู้ที่ได้ระดับคะแนน 5 คะแนน ร้อยละ 14.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 4 คะแนน ร้อยละ 12.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 6 คะแนน ร้อยละ 11.0 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 3 คะแนน ร้อยละ 10.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 8 คะแนน ร้อยละ 9.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 7 คะแนน ร้อยละ 9.0 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 10 คะแนน ร้อยละ 5.0 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 2 คะแนน ร้อยละ 3.0 และผู้ที่ได้ระดับคะแนน 11 คะแนน ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำดังนี้ ค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนที่มีผู้ตอบถูกต้องของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำเท่ากับ 8.32 โดยผู้ที่ได้ระดับคะแนน 9 คะแนน มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 21.0 รองลงมาคือผู้ที่ได้ระดับคะแนน 10 คะแนน ร้อยละ 17.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 8 คะแนน ร้อยละ 17.0 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 7 คะแนน ร้อยละ 15.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 6 และ 11 คะแนนมีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 9.0 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 5 คะแนน ร้อยละ 5.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 4 คะแนน ร้อยละ 2.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 12 คะแนน ร้อยละ 1.5 ผู้ที่ได้ระดับคะแนน 13 คะแนน ร้อยละ 1.0 และผู้ที่ได้ระดับคะแนน 3 คะแนน ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

2.2 องค์ประกอบความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีลักษณะเหมือนน้ำตาล	94 (23.5)	244 (61.0)	37 (9.3)	24 (6.0)	1 (3.0)	400 (100)	4.01	เห็นด้วย	3
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรูปลักษณะสวยงาม	51 (12.7)	264 (66.0)	78 (19.5)	7 (1.8)	0 (0)	400 (100)	3.90	เห็นด้วย	4
3. ราคาค้าของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีให้เลือกมากมาย และเป็นที่น่าเชื่อถือ	79 (19.7)	204 (51.0)	113 (28.3)	4 (1.0)	0 (0)	400 (100)	3.90	เห็นด้วย	4
4. การบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำในปริมาณมากมีผลต่อสุขภาพ	71 (17.7)	218 (54.5)	106 (26.5)	5 (1.3)	0 (0)	400 (100)	3.89	เห็นด้วย	5
5. อัตราส่วนผสมที่แตกต่างกันของสารให้ความหวานต่อปริมาณน้ำตาล มีผลต่อรสชาติของผลิตภัณฑ์	105 (26.2)	210 (52.5)	80 (20.0)	5 (1.3)	0 (0)	400 (100)	4.04	เห็นด้วย	2
6. ฉลากที่ติดอยู่บนผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำอ่านแล้วเข้าใจยาก	92 (23.0)	161 (40.2)	138 (34.5)	9 (2.3)	0 (0)	400 (100)	3.84	เห็นด้วย	6

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับ ที่
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
7. ผลิตภัณฑ์ที่มีสารให้ความหวานพลังงานต่ำเป็นส่วนประกอบจะต้องระบุที่ฉลากให้ผู้บริโภคราบ	159 (39.7)	140 (35.0)	98 (24.5)	2 (0.5)	1 (0.3)	400 (100)	4.14	เห็น ด้วย	1
รวม							3.96	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 19 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.96) และเห็นด้วยทุกปีจ้อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ ผลิตภัณฑ์ที่มีสารให้ความหวานพลังงานต่ำเป็นส่วนประกอบจะต้องระบุที่ฉลากให้ผู้บริโภคราบ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือ อัตราส่วนผสมที่แตกต่างกันของสารให้ความหวานต่อปริมาณน้ำตาล มีผลต่อรสชาติของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.04 ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีลักษณะเหมือนน้ำตาล ค่าเฉลี่ย 4.01 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรูปลักษณะสวยงาม และตราสินค้าของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีให้เลือกมากมาย และเป็นที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 3.90 การบริโภคราบสารให้ความหวานพลังงานต่ำในปริมาณมากมีผลต่อสุขภาพ ค่าเฉลี่ย 3.89 และฉลากที่ติดอยู่บนผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำอ่านแล้วเข้าใจยาก ค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภค
สารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคสารให้ความ หวานพลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับ ที่
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย ยิ่ง				
1. ผลิตภัณฑ์สารให้ความ หวานพลังงานต่ำมีลักษณะ เหมือนน้ำตาล	73 (36.5)	94 (47.0)	22 (11.0)	10 (5.0)	1 (0.5)	200 (100)	4.14	เห็น ด้วย	3
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ สารให้ความหวานพลังงาน ต่ำมีรูปลักษณะสวยงาม	30 (15.0)	138 (69.0)	26 (13.0)	6 (3.0)	0 (0.0)	200 (100)	3.96	เห็น ด้วย	5
3. ราคาสินค้าของสารให้ ความหวานพลังงานต่ำมีให้ เลือกมากมาย และเป็นที่ น่าเชื่อถือ	55 (27.5)	114 (57.0)	31 (15.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	200 (100)	4.12	เห็น ด้วย	4
4. การบริโภคสารให้ความ หวานพลังงานต่ำในปริมาณ มากมีผลต่อสุขภาพ	39 (19.5)	109 (54.5)	51 (25.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100)	3.93	เห็น ด้วย	6
5. อัตราส่วนผสมที่ แตกต่างกันของสารให้ ความหวานต่อปริมาณ น้ำตาล มีผลต่อรสชาติของ ผลิตภัณฑ์	78 (39.0)	84 (42.0)	38 (19.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	200 (100)	4.20	เห็น ด้วย	1
6. ฉลากที่ติดอยู่บน ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสารให้ ความหวานพลังงานต่ำอ่าน แล้วเข้าใจยาก	33 (16.5)	69 (34.5)	93 (46.5)	5 (2.5)	0 (0.0)	200 (100)	3.65	เห็น ด้วย	7

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่
 บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคสารให้ความ หวานพลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับ ที่
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย ยิ่ง				
7. ผลิตภัณฑ์ที่มีสารให้ ความหวานพลังงานต่ำเป็น ส่วนประกอบจะต้องระบุที่ ฉลากให้ผู้บริโภคทราบ	97 (48.5)	42 (21.0)	58 (29.0)	2 (1.0)	1 (0.5)	200 (100)	4.16	เห็น ด้วย	2
รวม							4.02	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 20 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภค
 สารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.02) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อยด้าน
 ผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ อัตราส่วนผสมที่แตกต่างกันของ
 สารให้ความหวานต่อปริมาณน้ำตาล มีผลต่อรสชาติของผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด
 ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีสารให้ความหวานพลังงานต่ำเป็น
 ส่วนประกอบจะต้องระบุที่ฉลากให้ผู้บริโภคทราบ ค่าเฉลี่ย 4.16 ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำ
 มีลักษณะเหมือนน้ำตาล ค่าเฉลี่ย 4.14 ตรายินค้าของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีให้เลือกมากมาย
 และเป็นที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.12 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรูปลักษณะ
 สวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.96 การบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำในปริมาณมากมีผลต่อสุขภาพ ค่าเฉลี่ย
 3.93 และฉลากที่ติดอยู่บนผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำอ่านแล้วเข้าใจยาก ค่าเฉลี่ย
 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ไม่บริโภคสารให้ความ หวานพลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับที่
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย ยิ่ง				
1. ผลิตภัณฑ์สารให้ความ หวานพลังงานต่ำมีลักษณะ เหมือนน้ำตาล	21 (10.5)	150 (75.0)	15 (7.5)	14 (7.0)	0 (0.0)	200 (100)	3.89	เห็น ด้วย	3
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ สารให้ความหวานพลังงาน ต่ำมีรูปลักษณะสวยงาม	21 (10.5)	126 (63.0)	52 (26.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100)	3.84	เห็น ด้วย	6
3. ราคาค้าของสารให้ ความหวานพลังงานต่ำมีให้ เลือกมากมาย และเป็นที่ น่าเชื่อถือ	24 (12.0)	90 (45.0)	82 (41.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100)	3.67	เห็น ด้วย	7
4. การบริโภคสารให้ความ หวานพลังงานต่ำในปริมาณ มากมีผลต่อสุขภาพ	32 (16.0)	109 (54.5)	55 (27.5)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100)	3.85	เห็น ด้วย	5
5. อัตราส่วนผสมที่แตกต่าง กันของสารให้ความหวาน ต่อปริมาณน้ำตาล มีผลต่อ รสชาติของผลิตภัณฑ์	27 (13.5)	126 (63.0)	42 (21.0)	5 (2.5)	0 (0.0)	200 (100)	3.88	เห็น ด้วย	4
6. ฉลากที่ติดอยู่บน ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสารให้ ความหวานพลังงานต่ำอ่าน แล้วเข้าใจยาก	59 (29.5)	92 (46.0)	45 (22.5)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100)	4.03	เห็น ด้วย	2

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่
 บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ไม่บริโภคสารให้ความ หวานพลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับที่
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย ยิ่ง				
7. ผลิตภัณฑ์ที่มีสารให้ ความหวานพลังงานต่ำเป็น ส่วนประกอบจะต้องระบุที่ ฉลากให้ผู้บริโภคทราบ	62 (31.0)	98 (49.0)	40 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	200 (100)	4.11	เห็น ด้วย	1
รวม							3.90	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 21 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่
 บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.90) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อย
 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ ผลิตภัณฑ์ที่มีสารให้ความหวาน
 พลังงานต่ำเป็นส่วนประกอบจะต้องระบุที่ฉลากให้ผู้บริโภคทราบ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด
 ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ ฉลากที่ติดอยู่บนผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสารให้ความ
 หวานพลังงานต่ำอ่านแล้วเข้าใจยาก ค่าเฉลี่ย 4.03 ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีลักษณะ
 เหมือนน้ำตาล ค่าเฉลี่ย 3.89 อัตราส่วนผสมที่แตกต่างกันของสารให้ความหวานต่อปริมาณน้ำตาล มีผล
 ต่อรสชาติของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.88 การบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำในปริมาณมากมีผลต่อ
 สุขภาพ ค่าเฉลี่ย 3.85 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรูปลักษณะสวยงาม ค่าเฉลี่ย
 3.84 และตราสินค้าของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีให้เลือกมากมาย และเป็นที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 3.67
 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 การทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ผู้บริโภค		ผู้ไม่บริโภค		t	sig	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีลักษณะเหมือนน้ำตาล	4.14	0.839	3.89	0.671	3.291	0.001*	แตกต่างกัน
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรูปลักษณ์สวยงาม	3.96	0.633	3.84	0.600	2.028	0.043 *	แตกต่างกัน
3. ราคาสินค้าของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีให้เลือกมากมาย และเป็นที่น่าเชื่อถือ	4.12	0.646	3.67	0.710	6.630	0.000 *	แตกต่างกัน
4. การบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำในปริมาณมากมีผลต่อสุขภาพ	3.93	0.684	3.85	0.702	1.226	0.221	ไม่แตกต่างกัน
5. อัตราส่วนผสมที่แตกต่างกันของสารให้ความหวานต่อปริมาณน้ำตาล มีผลต่อรสชาติของผลิตภัณฑ์	4.20	0.737	3.88	0.657	4.657	0.000 *	แตกต่างกัน
6. ฉลากที่ติดอยู่บนผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำอ่านแล้วเข้าใจยาก	3.65	0.781	4.03	0.776	-4.880	0.000 *	แตกต่างกัน
7. ผลิตภัณฑ์ที่มีสารให้ความหวานพลังงานต่ำเป็นส่วนประกอบจะต้องระบุที่ฉลากให้ผู้บริโภคทราบ	4.16	0.916	4.11	0.707	0.611	0.541	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่องต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีลักษณะเหมือนน้ำตาล โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.14) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.89)
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรูปลักษณ์สวยงาม โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.96) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.84)
3. ราคาสินค้าของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีให้เลือกมากมาย และเป็นที่น่าเชื่อถือโดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.12) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.67)
4. อัตราส่วนผสมที่แตกต่างกันของสารให้ความหวานต่อปริมาณน้ำตาล มีผลต่อรสชาติของผลิตภัณฑ์ โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.20) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.88)
5. ฉลากที่ติดอยู่บนผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำอ่านแล้วเข้าใจยากโดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.65) น้อยกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสารให้
ความหวานพลังงานต่ำในด้านราคา

ความคิดเห็นด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับ ที่
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง				
1.ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ	92 (23.0)	191 (47.8)	67 (16.8)	45 (11.3)	5 (1.3)	400 (100.0)	3.80	เห็น ด้วย	3
2.ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความแตกต่างกันขึ้นกับอัตราส่วนผสมของสารให้ความหวานที่ผสมในผลิตภัณฑ์	65 (16.3)	255 (63.8)	76 (19.0)	4 (1.0)	0 (0)	400 (100.0)	3.95	เห็น ด้วย	2
3.ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับน้ำตาลทั่วไป	148 (37.0)	139 (34.8)	104 (26.0)	9 (2.3)	0 (0)	400 (100.0)	4.06	เห็น ด้วย	1
รวม							3.94	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 23 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.94) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อยด้านราคาโดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับน้ำตาลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความแตกต่างกันขึ้นกับอัตราส่วนผสมของสารให้ความหวานที่ผสมในผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.95 และ ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ ค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านราคา

ความคิดเห็นด้านราคาของผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1.ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ	62 (31.0)	44 (22.0)	46 (23.0)	43 (21.5)	5 (2.5)	200 (100.0)	3.58	เห็นด้วย	3
2.ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความแตกต่างกันขึ้นกับอัตราส่วนผสมของสารให้ความหวานที่ผสมในผลิตภัณฑ์	26 (13.0)	141 (70.5)	31 (15.5)	2 (1.0)	0 (0)	200 (100.0)	3.96	เห็นด้วย	2
3.ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับน้ำตาลทั่วไป	92 (46.0)	49 (24.5)	51 (25.5)	8 (4.0)	0 (0)	200 (100.0)	4.13	เห็นด้วย	1
รวม							3.89	เห็นด้วย	

จากตารางที่ 24 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.89) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อยด้านราคาโดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับน้ำตาลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความแตกต่างกันขึ้นกับ

อัตราส่วนผสมของสารให้ความหวานที่ผสมในผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.96 และ ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ ค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่
บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านราคา

ความคิดเห็นด้านราคาของผู้ไม่ บริโภคสารให้ความหวาน พลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับ ที่
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง				
1.ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวาน พลังงานต่ำมีราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับปริมาณ	30 (15.0)	147 (73.5)	21 (10.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.03	เห็น ด้วย	1
2.ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ ความหวานพลังงานต่ำมีความ แตกต่างกัน ขึ้นกับอัตรา ส่วนผสมของสารให้ความ หวานที่ผสมในผลิตภัณฑ์	39 (19.5)	114 (57.0)	45 (22.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.95	เห็น ด้วย	3
3.ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ ความหวานพลังงานต่ำมีราคา สูงมากเมื่อเทียบกับน้ำตาล ทั่วไป	56 (28.0)	90 (45.0)	53 (26.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.01	เห็น ด้วย	2
รวม							4.00	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 25 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภค
สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.00) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อยด้านราคา
โดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมี
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็น
ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือ ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับ
น้ำตาลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 4.01 และราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความแตกต่างกัน
ขึ้นกับอัตราส่วนผสมของสารให้ความหวานที่ผสมในผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 การทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านราคา

ความคิดเห็นด้านราคา	ผู้บริโภค สารให้ความหวาน		ผู้ไม่บริโภค สารให้ความหวาน		t	sig	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1.ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ	3.58	1.205	4.03	0.544	-4.814	0.000	แตกต่างกัน
2.ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความแตกต่างกันขึ้นกับอัตราส่วนผสมของสารให้ความหวานที่ผสมในผลิตภัณฑ์	3.96	0.570	3.95	0.678	0.080	0.936	ไม่แตกต่างกัน
3.ราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับน้ำตาลทั่วไป	4.13	0.929	4.01	0.754	1.418	0.157	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นด้านราคาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.58) น้อยกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ตารางที่ 27 แสดงค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็น ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับ ที่
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ท่านคิดว่าสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป	66 (16.5)	243 (60.8)	65 (16.3)	26 (6.5)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.87	เห็น ด้วย	2
2. ท่านคิดว่าควรมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายสมุนไพรเพื่อสุขภาพ	43 (10.8)	248 (62.0)	98 (24.5)	11 (2.8)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.81	เห็น ด้วย	3
3. การใช้พนักงานขายตรงจะทำให้ท่านมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น	91 (22.8)	144 (36.0)	152 (38.0)	12 (3.0)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.78	เห็น ด้วย	4
4. สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายในดิสเคาน์สโตร์ต่างๆ เช่น โลตัส แมคโคร บิ๊กซี	106 (26.5)	180 (45.0)	112 (28.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.98	เห็น ด้วย	1
รวม							3.86	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 27 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.86) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายโดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายในดิสเคาน์สโตร์ต่าง ๆ เช่น โลตัส แมคโคร บิ๊กซี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.87 ควรมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ค่าเฉลี่ย 3.81 และการใช้พนักงานขายตรงจะทำให้ท่านมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น ค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่ายของผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ท่านคิดว่าสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป	65 (32.5)	108 (54.0)	15 (7.5)	12 (6.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.13	เห็นด้วย	2
2. ท่านคิดว่าควรมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายสมุนไพรเพื่อสุขภาพ	36 (18.0)	140 (70.0)	20 (10.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.04	เห็นด้วย	4
3. การใช้พนักงานขายตรงจะทำให้ท่านมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น	83 (41.5)	62 (31.0)	50 (25.0)	4 (2.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	4.11	เห็นด้วย	3
4. สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายในดิสเคาน์สโตร์ต่างๆ เช่น โลตัส แมคโคร บิ๊กซี	89 (44.5)	68 (34.0)	42 (21.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.22	เห็นด้วย	1
รวม							4.13	เห็นด้วย	

จากตารางที่ 28 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.13) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายโดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายในดิสเคาน์สโตร์ต่างๆ เช่น โลตัส แมคโคร บิ๊กซี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายตามร้านค้า

ทั่วไป ค่าเฉลี่ย 4.13 การใช้พนักงานขายตรงจะทำให้ท่านมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.11 และควรมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็นด้าน การจัดจำหน่ายของ ผู้ไม่บริโภคสารให้ความหวาน พลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับ ที่
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง				
1. ท่านคิดว่าสารให้ความ หวานพลังงานต่ำมีจำหน่าย ตามร้านค้าทั่วไป	1 (0.5)	135 (67.5)	50 (25.0)	14 (7.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.62	เห็น ด้วย	2
2. ท่านคิดว่าควรมีการ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้าน ขายสมุนไพรเพื่อสุขภาพ	7 (3.5)	108 (54.0)	78 (39.0)	7 (3.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.58	เห็น ด้วย	3
3. การใช้พนักงานขายตรงจะ ทำให้ท่านมั่นใจในผลิตภัณฑ์ มากขึ้น	8 (4.0)	82 (41.0)	102 (51.0)	8 (4.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.45	เฉยๆ	4
4.สารให้ความหวานพลังงาน ต่ำมีจำหน่ายในดิสเคาน์สโตร์ ต่างๆ เช่น โลตัส แมคโคร บิ๊กซี	17 (8.5)	112 (56.0)	70 (35.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.73	เห็น ด้วย	1
รวม							3.60	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 29 พบว่าความคิดเห็นโดยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.60) โดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายในดิสเคาน์สโตร์ต่างๆ เช่น โลตัส แมคโคร บิ๊กซี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมาคือสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.62 และควรมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

เรื่องการใช้พนักงานขายตรงจะทำให้ท่านมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่ไม่บริโภครีโกลินให้ความหวานพลังงานต่ำมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉยๆ (3.45)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 การทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็น ด้านการจัดจำหน่าย	ผู้บริโภค		ผู้ไม่บริโภค		t	sig	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. ท่านคิดว่าสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป	4.13	0.791	3.62	0.623	7.229	0.000	แตกต่างกัน
2. ท่านคิดว่าควรมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายสมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.04	0.600	3.58	0.622	7.611	0.000	แตกต่างกัน
3. การใช้พนักงานขายตรงจะทำให้ท่านมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น	4.11	0.884	3.45	0.640	8.551	0.000	แตกต่างกัน
4. สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายในดิสเคาน์สโตร์ต่างๆ เช่น โลตัส แมคโคร บิ๊กซี	4.22	0.792	3.73	0.617	7.040	0.000	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกันในทุกปัจจัยย่อยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังต่อไปนี้

1. สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.13) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

2. ควรมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายสมุนไพรเพื่อสุขภาพ โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.04) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.58)

3. การใช้พนักงานขายตรงจะทำให้ท่านมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.11) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

4. สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีจำหน่ายในดิสเคาน์สโตร์ต่างๆ เช่น โลตัส แมคโคร บิ๊กซี โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.22) มากกว่า ผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.73)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็น ด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับ ที่
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย ยิ่ง				
1. การใช้พนักงานขายแนะนำสินค้าทำให้ท่านมีความสนใจสารให้ความหวานพลังงานต่ำมากขึ้น	93 (23.3)	214 (53.5)	90 (22.5)	3 (0.8)	0 (0)	400 (100.0)	3.99	เห็น ด้วย	1
2. สารให้ความหวานพลังงานต่ำควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น แคมเปญ ลดราคา	67 (16.8)	223 (55.8)	104 (26.0)	5 (1.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.87	เห็น ด้วย	3
3. ท่าน คิด ว่า การประชาสัมพันธ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อยเกินไป	75 (18.8)	189 (47.3)	130 (32.5)	6 (1.5)	0 (0)	400 (100.0)	3.83	เห็น ด้วย	4
4. การสาธิตการนำสารให้ความหวานพลังงานต่ำไปใช้ทำให้ท่านเข้าใจ ตัวสินค้ามากขึ้น	101 (25.3)	179 (44.8)	115 (28.8)	1 (0.3)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.93	เห็น ด้วย	2
รวม							3.91	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 31 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.91) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ การใช้พนักงานขายแนะนำสินค้าทำให้ท่านมีความสนใจสารให้ความหวานพลังงานต่ำมากขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมาคือ การสาธิตการนำสารให้ความหวานพลังงานต่ำไปใช้ทำให้ท่านเข้าใจ

ตัวสินค้ามากขึ้น ค่าเฉลี่ย 3.93 สารให้ความหวานพลังงานต่ำควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น แกรมสินค้าลดราคา ค่าเฉลี่ย 3.87 และการประชาสัมพันธ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อยเกินไป ค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำในด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นด้าน การส่งเสริมการตลาดของผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. การใช้พนักงานขายแนะนำสินค้าทำให้ท่านมีความสนใจสารให้ความหวานพลังงานต่ำมากขึ้น	67 (33.5)	83 (41.5)	47 (23.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.07	เห็นด้วย	2
2. สารให้ความหวานพลังงานต่ำควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น แกรมสินค้า ลดราคา	37 (18.5)	124 (62.0)	36 (18.0)	2 (1.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.97	เห็นด้วย	3
3. ท่าน คิด ว่า การประชาสัมพันธ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อยเกินไป	43 (21.5)	102 (51.0)	54 (27.0)	1 (0.5)	0 (0)	200 (100.0)	3.94	เห็นด้วย	4
4. การสาธิตการนำสารให้ความหวานพลังงานต่ำไปใช้ทำให้ท่านเข้าใจตัวสินค้ามากขึ้น	78 (39.0)	73 (36.5)	48 (24.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.14	เห็นด้วย	1
รวม							4.03	เห็นด้วย	

จากตารางที่ 32 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริษัทสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.03) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ การสาธิตการนำสารให้ความหวานพลังงานต่ำไปใช้ทำให้ท่านเข้าใจตัวสินค้ามากขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือการใช้พนักงานขายแนะนำสินค้าทำให้ท่านมีความสนใจสารให้ความหวานพลังงานต่ำมากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.07 สารให้ความหวานพลังงานต่ำควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น แคมเปญ ลดราคา ค่าเฉลี่ย 3.97 และการประชาสัมพันธ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อยเกินไป ค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่
 บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นด้าน การ ส่งเสริมการตลาดของผู้ ไม่บริโภคสารให้ความ หวานพลังงานต่ำ	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่า เฉลี่ย	การ แปล ความ หมาย	ลำดับ ที่
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. การใช้พนักงานขาย แนะนำสินค้าทำให้ท่านมี ความสนใจสารให้ความ หวานพลังงานต่ำมากขึ้น	26 (13.0)	131 (65.5)	43 (21.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.92	เห็น ด้วย	1
2. สารให้ความหวาน พลังงานต่ำควรมีการ ส่งเสริมการขาย เช่น แถมสินค้า ลดราคา	30 (15.0)	99 (49.5)	68 (34.0)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.78	เห็น ด้วย	3
3. ท่าน คิด ว่า การ ประชาสัมพันธ์สารให้ ความหวานพลังงานต่ำมี น้อยเกินไป	32 (16.0)	87 (43.5)	76 (38.0)	5 (2.5)	0 (0)	200 (100.0)	3.73	เห็น ด้วย	4
4. การบริหารจัดการนำสาร ให้ความหวานพลังงานต่ำ ไปใช้ทำให้ท่านเข้าใจ ตัว สินค้ามากขึ้น	23 (11.5)	106 (53.0)	67 (33.5)	0 (0.0)	4 (2.0)	200 (100.0)	3.72	เห็น ด้วย	2
รวม							3.79	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 33 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคน้ำผลไม้ให้ความหวานพลังงานต่ำ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.79) และเห็นด้วยทุกปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยการเห็นด้วยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ การใช้พนักงานขายแนะนำสินค้าทำให้ท่านมีความสนใจสารให้ความหวานพลังงานต่ำมากขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาคือ การสาธิตการนำสารให้ความหวานพลังงานต่ำไปใช้ทำให้ท่านเข้าใจตัวสินค้ามากขึ้น ค่าเฉลี่ย 3.72 สารให้ความหวานพลังงานต่ำควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น แคมเปญ ลดราคา ค่าเฉลี่ย 3.78 และการประชาสัมพันธ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อยเกินไป ค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 การทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคนและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด	ผู้บริโภค		ผู้ไม่บริโภค		T	sig	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. การใช้พนักงานขายแนะนำสินค้าทำให้มีความสนใจสารให้ความหวานพลังงานต่ำมากขึ้น	4.07	0.793	3.92	0.583	2.228	0.026	แตกต่างกัน
2. สารให้ความหวานพลังงานต่ำควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น แคมเปญลดราคา	3.97	0.672	3.78	0.710	2.749	0.006	แตกต่างกัน
3. ท่านคิดว่าประชาชนสัมพันธ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อยเกินไป	3.94	0.709	3.73	0.755	2.798	0.005	แตกต่างกัน
4. การสาธิตการนำสารให้ความหวานพลังงานต่ำไปใช้ทำให้ท่านเข้าใจ ตัวสินค้ามากขึ้น	4.14	0.796	3.72	0.745	5.450	0.000	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันในทุกปัจจัยย่อยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังต่อไปนี้

1. การใช้พนักงานขายแนะนำสินค้าทำให้มีความสนใจสารให้ความหวานพลังงานต่ำมากขึ้น โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.07) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.92)
2. สารให้ความหวานพลังงานต่ำควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น แคมเปญลดราคา โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.97) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.78)
3. การประชาสัมพันธ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีน้อยเกินไป โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.94) มากกว่าผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

4. การสาธิตการนำสารให้ความหวานพลังงานต่ำไปใช้ทำให้ท่านเข้าใจตัวสินค้ามากขึ้น โดยผู้ที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.14) มากกว่า ผู้ที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักตราสินค้าของ ผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำ

ตราสินค้าที่รู้จัก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
อีควอล	307	76.8	1
สลิมมา	81	20.3	3
ฟิตเน่	146	36.5	2
ไลท์ ชูการ์	60	15.0	4

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราอีควอล ร้อยละ 76.8 รองลงมารู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราฟิตเน่ ร้อยละ 36.5 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราสลิมมา ร้อยละ 20.3 และ รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราไลท์ ชูการ์ ร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างผู้บริโภครู้จักและไม่รู้จักสารให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามความรู้จักตราสินค้าของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำ

ตราสินค้าที่รู้จัก	ผู้บริโภค			ผู้ไม่บริโภค		
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
อีควอล	125	62.5	1	182	91.0	1
สลิมมา	38	19.0	3	43	21.5	2
ฟิตเน่	107	53.5	2	39	19.5	3
ไลท์ ชูการ์	32	16.0	4	28	14.0	4

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มละ 200 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราอีควอล ร้อยละ 62.5 รองลงมารู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราฟิตเน่ ร้อยละ 53.5 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราสลิมมา ร้อยละ 19.0 และรู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราไลท์ชูการ์ ร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราอีควอล ร้อยละ 91.0 รองลงมารู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราสลิมมา ร้อยละ 21.5 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราฟิตเน่ ร้อยละ 19.5 และรู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราไลท์ชูการ์ ร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

สื่อที่ทำให้รู้จักสารให้ความหวานพลังงานต่ำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โทรทัศน์	149	37.3	3
วิทยุ	56	14.0	6
หนังสือพิมพ์	96	24.0	5
นิตยสาร	218	54.5	1
อินเทอร์เน็ต	39	9.8	7
คนอื่นแนะนำ	117	29.3	4
มีสินค้าจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต	168	42.0	2
แผ่นป้ายโฆษณา	32	8.0	8

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อ นิตยสาร ร้อยละ 54.5 รองลงมา รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากการมีสินค้าจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต ร้อยละ 42.0 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 37.3 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากคนอื่นแนะนำ ร้อยละ 29.3 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 24.0 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อวิทยุ ร้อยละ 14.0 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 9.8 และรู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากแผ่นป้ายโฆษณา ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างผู้บริโภคและไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

สื่อที่ทำให้รู้จักสารให้ความหวานพลังงานต่ำ	ผู้บริโภค			ผู้ไม่บริโภค		
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โทรทัศน์	42	21.0	5	107	53.5	1
วิทยุ	29	14.5	6	27	13.5	6
หนังสือพิมพ์	47	23.5	4	49	24.5	4
นิตยสาร	145	72.5	1	73	36.5	3
อินเทอร์เน็ต	25	12.5	7	14	7.0	8
คนอื่นแนะนำ	89	44.5	3	28	14.0	5
มีสินค้าจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต	94	47.0	2	74	37.0	2
แผ่นป้ายโฆษณา	11	5.5	8	21	10.5	7

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากนิตยสาร ร้อยละ 72.5 รองลงมา รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากการมีสินค้าจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต ร้อยละ 47.0 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากคนอื่นแนะนำ ร้อยละ 44.5 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากคนอื่นแนะนำ ร้อยละ 29.3 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 23.5 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 21.0 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อวิทยุ ร้อยละ 14.5 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 12.5 และรู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากแผ่นป้ายโฆษณา ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานส่วนใหญ่พลังงานต่ำ ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 53.5 รองลงมารู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากการมีสินค้าจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต ร้อยละ 37.0 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อวิทยุ ร้อยละ 36.5 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 24.5 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากคนอื่นแนะนำ ร้อยละ 14.0 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่อวิทยุ ร้อยละ 13.5 รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากแผ่นป้ายโฆษณา ร้อยละ 10.5 และรู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำจากสื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำของผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามตราสินค้าที่บริโภค

ตราสินค้าที่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
อีควอล	114	57.0	1
สลิมมา	16	8.0	4
ฟิตเน่	49	24.5	2
ไลท์ ชูการ์	21	10.5	3
อื่นๆ	0	0.0	5
รวม	200	100.0	

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราอีควอล ร้อยละ 57.0 รองลงมาบริโภคผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราฟิตเน่ ร้อยละ 24.5 บริโภคผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราไลท์ชูการ์ ร้อยละ 10.5 และบริโภคผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราสลิมมา ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ชอบบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

เหตุผลที่ชอบบริโภค	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง	66	33.0	1
เชื่อมั่นในคุณภาพ	66	33.0	1
ชอบรสชาติ	52	26.0	3
ชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์	3	1.5	5
ราคาเหมาะสม	12	6.0	4
หาซื้อได้ง่าย	1	0.5	6
อื่นๆ	0	0.0	
รวม	200	100.0	

จากตารางที่ 40 พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมากที่สุดเนื่องจากเป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงและเชื่อมั่นในคุณภาพ ในจำนวนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 33.0 รองลงมาชอบรสชาติผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 26.0 ราคาเหมาะสม ร้อยละ 6.0 ชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ ร้อยละ 1.5 และหาซื้อได้ง่าย ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

ความถี่การบริโภค	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	11	5.5	4
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	98	49.0	1
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	72	36.0	2
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	13	6.5	3
มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	6	3.0	5
อื่นๆ	0	0.0	
รวม	200	100.0	

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้วยความถี่ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์มากที่สุด ร้อยละ 49.0 รองลงมาบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้วยความถี่ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 36.0 บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้วยความถี่ 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 6.5 บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้วยความถี่น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 5.5 และมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่บริโภคน้ำมัน
ให้ความหวานพลังงานต่ำ

วัตถุประสงค์ที่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ผสมในเครื่องดื่ม เช่นชา กาแฟ	194	97.0	1
ใช้ทำขนมหวาน	4	2.0	2
ใช้ในการปรุงอาหาร	2	1.0	3
อื่นๆ	0	0.0	
รวม	200	100.0	

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมบริโภคน้ำมันให้ความหวานพลังงานต่ำโดยการผสมในเครื่องดื่ม เช่น ชา กาแฟ ร้อยละ 97.0 รองลงมาใช้ทำขนมหวาน ร้อยละ 2.0 และใช้ในการปรุงอาหาร ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลการบริโภค สารให้ความหวานพลังงานต่ำ

เหตุผลการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ต้องการลดน้ำหนัก	130	65.0	1
ต้องการควบคุมน้ำหนัก	94	47.0	3
ห่วงใยต่อสุขภาพ	127	63.5	2
รับประทานตามคนใกล้ชิดเช่น ครอบครัว เพื่อน	18	9.0	4
อื่นๆ	0	0.0	

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 43 พบว่าเหตุผลการบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือต้องการลดน้ำหนัก ร้อยละ 65.0 รองลงมาคือห่วงใยสุขภาพ ร้อยละ 63.5 ต้องการควบคุมน้ำหนัก ร้อยละ 47.0 และรับประทานตามคนใกล้ชิดเช่น ครอบครัว เพื่อน ร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของสารให้ความหวานพลังงานต่ำที่นิยมเลือกซื้อ

รูปแบบสารให้ความหวานพลังงานต่ำที่นิยมเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ชนิดผง	175	87.5	1
ชนิดเม็ด	13	6.5	2
ชนิดแคปซูล	12	6.0	3
อื่นๆ	0	0.0	
รวม	200	100.0	

จากตารางที่ 44 พบว่ารูปแบบสารให้ความหวานพลังงานต่ำที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อคือชนิดผง ร้อยละ 87.5 รองลงมาคือชนิดเม็ด ร้อยละ 6.5 และชนิดแคปซูล ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

สถานที่ที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ห้างสรรพสินค้า	130	65.0	1
ร้านค้าสะดวกซื้อ	35	17.5	3
ร้านค้าปลีกทั่วไป	11	5.5	2
ร้านขายยา	22	11.0	4
อื่นๆ	2	1.0	5

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ฝากเพื่อนซื้อ

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำที่ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 65.0 รองลงมา คือร้านค้าสะดวกซื้อ ร้อยละ 17.5 ร้านขายยาร้อยละ 11.0 ร้านค้าปลีกทั่วไป ร้อยละ 5.5 และอื่น ๆ (ฝากเพื่อนซื้อ) ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเลือกบริโภคน้ำมันให้หวานพลังงานต่ำ

ผู้ที่มีอิทธิพลในการบริโภค สารให้ความหวานพลังงานต่ำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ตัวเอง	75	37.5	1
แพทย์ / เกษีกร	13	6.5	5
สมาชิกในครอบครัว	50	25.0	2
เพื่อน	46	23.0	3
พนักงานขาย	16	8.0	4
อื่นๆ	0	0.0	
รวม	200	100.0	

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำของผู้ตอบแบบสอบถาม คือตัวเอง ร้อยละ 37.5 รองลงมาคือสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 25.0 เพื่อน ร้อยละ 23.0 พนักงานขาย ร้อยละ 8.0 และแพทย์ / เกษีกร ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ทรานซีน้า (ยี่ห่อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	89 (44.5)	89 (44.5)	22 (11.0)	0 (0.8)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.34	มาก	1
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ / หีบห่อสวยงาม	49 (24.5)	106 (53.0)	44 (22.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.02	มาก	4
3. รสชาติของสารให้ความหวานพลังงานต่ำ มีรสหวานเป็นธรรมชาติ	90 (45.0)	77 (38.5)	33 (16.5)	0 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.29	มาก	2
4. มีคุณสมบัติเหมาะสมกับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก	84 (42.0)	75 (37.5)	39 (19.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.19	มาก	3
5. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย	27 (13.5)	114 (57.0)	57 (28.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.83	มาก	6
6. สามารถลดปริมาณการใช้น้ำตาลลงได้	73 (36.5)	55 (27.5)	70 (35.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.00	มาก	5
รวม							4.11	มาก	

จากตารางที่ 47 พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.11) และสำคัญมากในทุกปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ ทรานซีน้า (ยี่ห่อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ค่าเฉลี่ย 4.34 รสชาติของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรสหวานเป็นธรรมชาติ ค่าเฉลี่ย 4.29 มีคุณสมบัติเหมาะสมกับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก ค่าเฉลี่ย 4.19 ลักษณะบรรจุภัณฑ์/หีบห่อสวยงาม ค่าเฉลี่ย 4.02 สามารถลดปริมาณการใช้น้ำตาลลงได้ ค่าเฉลี่ย 4.00 และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านราคา

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในด้านราคา	ระดับความสำคัญ					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	110 (55.0)	32 (16.0)	55 (27.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.24	มาก	1
2. มีราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ	70 (35.0)	81 (40.5)	46 (23.0)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.09	มาก	2
3. มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	41 (20.5)	97 (48.5)	61 (30.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.89	มาก	4
4. มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	70 (35.0)	54 (27.0)	66 (33.0)	10 (5.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.92	มาก	3
5. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	32 (16.0)	88 (44.0)	77 (38.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.75	มาก	5
รวม							3.98	มาก	

จากตารางที่ 48 พบว่า ระดับความสำคัญโดยรวมของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.98) และสำคัญมากในทุกปัจจัยย่อยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.24 มีราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ ค่าเฉลี่ย 4.09 มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ค่าเฉลี่ย 3.92 มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก ค่าเฉลี่ย 3.92 และมีป้ายแสดงราคาชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าทั่วไป	118 (59.0)	24 (12.0)	54 (27.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.28	มาก	1
2. สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามห้างสรรพสินค้า	66 (33.0)	105 (52.5)	29 (14.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.19	มาก	2
3. การจัดวางสินค้าที่ชั้นวางในลักษณะที่หาง่ายและสะดวก	42 (21.0)	105 (52.5)	51 (25.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.94	มาก	3
4. สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	33 (16.5)	81 (40.5)	79 (39.5)	7 (3.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.70	มาก	4
รวม							4.03	มาก	

จากตารางที่ 49 พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.03) และสำคัญมากในทุกปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าทั่วไป ค่าเฉลี่ย 4.28 สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามห้างสรรพสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.19 การจัดวางสินค้าที่ชั้นวางในลักษณะที่หาง่ายและสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.94 และสินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด ค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. มีการแนะนำสินค้าโดยพนักงานขาย	68 (34.0)	79 (39.5)	41 (20.5)	12 (6.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.02	มาก	1
2. มีการแจกของแถม	65 (32.5)	80 (40.0)	41 (20.5)	14 (7.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.98	มาก	2
3. มีการลดราคาเพื่อส่งเสริมการขาย	65 (32.5)	62 (31.0)	56 (28.0)	16 (8.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.87	มาก	4
4. การใช้นางแบบหรือผู้มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ทำให้ดูน่าเชื่อถือ	64 (32.0)	66 (33.0)	63 (31.5)	7 (3.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.94	มาก	3
5. การจัดบูธแนะนำสินค้าในงานต่างๆ	19 (9.5)	72 (36.0)	74 (37.0)	26 (13.0)	9 (4.5)	200 (100.0)	3.33	ปานกลาง	5
รวม							3.83	มาก	

จากตารางที่ 50 พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.83) และสำคัญมากในทุกปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ยกเว้นเรื่องการจัดบูธแนะนำสินค้าในงานต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.33 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดมีดังนี้ มีการแนะนำสินค้าโดยพนักงานขาย ค่าเฉลี่ย 4.02 มีการแจกของแถม ค่าเฉลี่ย 3.98 การใช้นางแบบหรือผู้มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ทำให้ดูน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 3.94 และมีการลดราคาเพื่อส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

3.1 ปัญหาเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
รสชาติไม่เป็นธรรมชาติ	160	80.0	1
ความไม่ชัดเจนในข้อมูลความปลอดภัยของสารให้ความหวานพลังงานต่ำ	98	49.0	2
ความไม่ชัดเจนในการแสดงข้อมูลพลังงาน (แคลอรี) ที่แสดงบนฉลาก	23	11.5	3
บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	6	3.0	4
อื่นๆ	0	0.0	

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 51 พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ เรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ปัญหารสชาติไม่เป็นธรรมชาติ ร้อยละ 80.0 รองลงมาคือปัญหาความไม่ชัดเจนในข้อมูลความปลอดภัยของสารให้ความหวานพลังงาน ร้อยละ 49.0 ความไม่ชัดเจนในการแสดงข้อมูลพลังงาน(แคลอรี) ที่แสดงบนฉลาก ร้อยละ 11.5 และปัญหาบรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำมันให้ความหวานพลังงานต่ำ
จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ราคาแพงกว่าน้ำตาล	197	98.5	1
การแสดงราคาที่ไม่ชัดเจน	22	11.0	2
อื่นๆ	0	0.0	

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 52 พบว่า ปัญหาด้านราคาของผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำเรียงลำดับ
ได้ดังนี้ คือ ปัญหาผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานราคาแพงกว่าน้ำตาล ร้อยละ 98.5 รองลงมาคือปัญหา
การแสดงราคาที่ไม่ชัดเจน ร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำมันให้ความหวานพลังงานต่ำ
จำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
แหล่งที่จัดจำหน่ายมีน้อย / หาซื้อได้ยาก	168	84.0	1
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายจัดเรียงสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่	52	26.0	2
การจัดวางสินค้าบนชั้น ไม่เหมาะสม ไม่สวยงาม	12	6.0	3
อื่นๆ	0	0.0	

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 53 พบว่า ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ
เรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ปัญหาแหล่งที่จัดจำหน่ายมีน้อย / หาซื้อได้ยาก ร้อยละ 84.0 รองลงมาคือปัญหา
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายจัดเรียงสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ ร้อยละ 26.0 และปัญหาการจัดวางสินค้าบนชั้น ไม่
เหมาะสม ไม่สวยงาม ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคนสารให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ไม่ทั่วถึง	110	55.0	2
ไม่มีการแจกสินค้าเพื่อทดลองบริโภคก่อนการซื้อ	124	62.0	1
ฟรีเซ็นเตอร์ที่ใช้ในการโฆษณาไม่น่าสนใจ	19	9.5	4
ขาดการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจด้านข้อมูลของสารให้ความหวานพลังงานต่ำ	28	14.0	3
อื่นๆ	0	0.0	

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 54 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้บริโภคนสารให้ความหวานพลังงานต่ำเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ปัญหาไม่มีการแจกสินค้าเพื่อทดลองบริโภคก่อนการซื้อ ร้อยละ 62.0 รองลงมาคือปัญหาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ไม่ทั่วถึง ร้อยละ 55.0 ปัญหาการขาดการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจด้านข้อมูลของสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ร้อยละ 14.0 และปัญหาฟรีเซ็นเตอร์ที่ใช้ในการโฆษณาไม่น่าสนใจ ร้อยละ 9.5

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคน้ำตาลให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามเหตุผลที่ไม่ต้องการบริโภคน้ำตาลให้ความหวานพลังงานต่ำ

เหตุผลที่ไม่ต้องการบริโภคน้ำตาลให้ความหวานพลังงานต่ำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่มีความจำเป็นต้องควบคุมน้ำหนัก	62	31.0	3
ไม่มีโรคประจำตัวที่ต้องเลี่ยงการบริโภคน้ำตาล	41	20.5	9
ไม่แน่ใจว่าจะมีแคลอรีต่ำกว่าน้ำตาลจริง	72	36.0	2
มีส่วนผสมของสารให้ความหวานซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อร่างกาย	48	24.0	7
ไม่ชอบรสชาติ	59	29.5	4
ไม่มั่นใจในอัตราส่วนผสมของสารให้ความหวานที่แสดงบนฉลาก	43	21.5	8
ราคาแพงเกินไป	111	55.5	1
หาซื้อยาก	11	5.5	10
ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	55	27.6	6
ข้อมูลทางการแพทย์ไม่เพียงพอที่จะยืนยันได้ว่าไม่มีอันตรายต่อร่างกาย	58	29.0	5
อื่นๆ	0	0.0	-

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 55 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องการบริโภคน้ำตาลให้ความหวานพลังงานต่ำ เรียงลำดับได้ดังนี้ คือราคาแพงเกินไป ร้อยละ 55.5 รองลงมาคือไม่แน่ใจว่าจะมีแคลอรีต่ำกว่าน้ำตาลจริง ร้อยละ 36.0 ไม่มีความจำเป็นต้องควบคุมน้ำหนัก ร้อยละ 31.0 ไม่ชอบรสชาติ ร้อยละ 29.5 ข้อมูลทางการแพทย์ไม่เพียงพอที่จะยืนยันได้ว่าไม่มีอันตรายต่อร่างกาย ร้อยละ 29.0 ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ ร้อยละ 27.6 มีส่วนผสมของสารให้ความหวานซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อร่างกาย ร้อยละ 24.0 ไม่มั่นใจในอัตราส่วนผสมของสารให้ความหวานที่แสดงบนฉลาก ร้อยละ 21.5 ไม่มีโรคประจำตัวที่ต้องเลี่ยงการบริโภคน้ำตาล ร้อยละ 20.5 และหาซื้อยาก ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ จำแนกตามแนวโน้มในอนาคตที่ต้องการจะบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

แนวโน้มในอนาคตที่ต้องการบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
บริโภค	1	0.5	3
ไม่บริโภค	119	59.5	1
ไม่แน่ใจ	80	40.0	2
รวม	200	100.0	

จากตารางที่ 56 พบว่าแนวโน้มในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานในปัจจุบัน มีแนวโน้มที่ไม่ต้องการบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมากที่สุด ร้อยละ 59.5 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ ร้อยละ 40.0 และบริโภค ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

3.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ควรปรับปรุงรสชาติของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานให้ใกล้เคียงน้ำตาล (จำนวน 24 ราย)
2. ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจมากขึ้น (จำนวน 2 ราย)

ด้านราคา

1. ควรแสดงราคาสินค้าให้ชัดเจน (จำนวน 16 ราย)
2. ควรกำหนดราคาให้ใกล้เคียงน้ำตาล (จำนวน 3 ราย)

ด้านการจัดจำหน่าย

1. ควรเพิ่มจำนวนร้านที่จำหน่ายให้มากขึ้น (จำนวน 18 ราย)
2. ควรมีตัวแทนจำหน่ายกระจายให้มากขึ้นตามร้านค้าต่างๆ (จำนวน 6 ราย)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์ในประโยชน์ของสารให้ความหวานพลังงานต่ำให้มากขึ้น (จำนวน 9 ราย)

2. ควรมีตัวแทนชายส่งเสริมความเข้าใจเรื่องผลของการใช้สารให้ความหวานพลังงานต่ำ
ต่อผู้บริโภค (จำนวน 4 ราย)

ข้อเสนอแนะจากผู้ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ

สำหรับผู้ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำไม่มีข้อเสนอแนะจากการเก็บข้อมูล

**ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อ
สารให้ความหวานพลังงานต่ำแตกต่างกันหรือไม่ตามตัวแปรเพศ ระดับการศึกษา และรายได้**

สมมติฐานการศึกษา

ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำมี
ความแตกต่างกันตามตัวแปรเพศ ระดับการศึกษา และรายได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 การทดสอบค่าที (Independent-Sample t-Test) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความ
หวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวาน

พลังงานต่ำจำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์	ชาย		หญิง		t	sig	การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. ตราสินค้า (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.36	0.691	4.32	0.652	0.471	0.638	ไม่แตกต่างกัน
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ / หีบห่อสวยงาม	4.02	0.624	4.01	0.749	0.160	0.873	ไม่แตกต่างกัน
3. รสชาติของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรสหวานเป็นธรรมชาติ	4.40	0.715	4.21	0.737	0.842	0.067	ไม่แตกต่างกัน
4. มีคุณสมบัติเหมาะสมกับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก	4.33	0.734	4.10	0.865	1.908	0.058	ไม่แตกต่างกัน
5. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย	3.93	0.659	3.76	0.652	1.778	0.077	ไม่แตกต่างกัน
6. สามารถลดปริมาณการใช้น้ำตาลลงได้	4.06	0.874	3.95	0.869	0.892	0.374	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 57 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 58 การทดสอบค่าที (Independent-Sample t-Test) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านราคา	ชาย		หญิง		t	sig	การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	4.28	0.860	4.22	0.948	0.426	0.670	ไม่แตกต่างกัน
2. มีราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ	4.28	0.754	3.96	0.803	2.846	0.005*	แตกต่างกัน
3. มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.95	0.697	3.85	0.738	1.021	0.309	ไม่แตกต่างกัน
4. มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	4.14	0.857	3.76	0.962	2.965	0.003*	แตกต่างกัน
5. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	3.82	0.718	3.69	0.748	1.202	0.231	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 58 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำระหว่างเพศชายและเพศหญิง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่องต่อไปนี้

1. มีราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ โดยเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มากกว่าเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.96)

2. ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น โดยเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มากกว่าเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 59 การทดสอบค่าที (Independent-Sample t-Test) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่าย	ชาย		หญิง		t	sig	การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าทั่วไป	4.43	0.858	4.17	0.967	2.023	0.044*	แตกต่างกัน
2. สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามห้างสรรพสินค้า	4.28	0.668	4.12	0.659	1.656	0.099	ไม่แตกต่างกัน
3. การจัดวางสินค้าที่ชั้นวางในลักษณะที่หาง่ายและสะดวก	3.93	0.659	3.94	0.746	-0.122	0.903	ไม่แตกต่างกัน
4. สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	3.88	0.817	3.57	0.735	2.777	0.006*	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 59 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่องต่อไปนี้

1. สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าทั่วไป โดยเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.43) มากกว่าเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.17)
2. สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด โดยเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มากกว่าเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ตารางที่ 60 การทดสอบค่าที (Independent-Sample t-Test) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย		หญิง		t	sig	การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. มีการแนะนำสินค้าโดยพนักงานขาย	3.93	4.04	0.841	0.923	-0.532	0.596	ไม่แตกต่างกัน
2. มีการแจกของแถม	4.11	3.89	0.975	0.838	1.661	0.099	ไม่แตกต่างกัน
3. มีการลดราคาเพื่อส่งเสริมการขาย	3.98	3.79	0.975	0.979	1.291	0.198	ไม่แตกต่างกัน
4. การใช้นางแบบหรือผู้มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ทำให้ดูน่าเชื่อถือ	4.07	3.84	0.908	0.851	1.870	0.063	ไม่แตกต่างกัน
5. การจัดบูธแนะนำสินค้าในงานต่างๆ	3.37	3.30	0.893	1.028	0.532	0.596	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 60 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 61 การทดสอบค่าที (Independent-Sample t-Test) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีขึ้นไป		T	sig	การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. ตราสินค้า (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.21	0.600	4.36	0.679	-1.259	0.214	ไม่แตกต่างกัน
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ / หีบห่อสวยงาม	4.15	0.667	3.99	0.703	1.231	0.220	ไม่แตกต่างกัน
3. รสชาติของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรสหวานเป็นธรรมชาติ	4.18	0.808	4.31	0.717	-0.885	0.377	ไม่แตกต่างกัน
4. มีคุณสมบัติเหมาะกับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก	4.06	0.659	4.22	0.846	-1.219	0.228	ไม่แตกต่างกัน
5. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย	3.67	0.736	3.86	0.639	-1.566	0.119	ไม่แตกต่างกัน
6. สามารถลดปริมาณการใช้น้ำตาลลงได้	3.97	0.918	4.00	0.864	-0.182	0.856	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 61 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำ ระหว่างผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 62 การทดสอบค่าที (Independent-Sample t-Test) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีขึ้นไป		t	sig	การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	4.09	0.914	4.28	0.910	-1.064	0.289	ไม่แตกต่างกัน
2. มีราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ	4.27	0.719	4.05	0.809	1.445	0.150	ไม่แตกต่างกัน
3. มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.88	0.820	3.89	0.703	-0.097	0.922	ไม่แตกต่างกัน
4. มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.91	0.947	3.92	0.938	-0.073	0.942	ไม่แตกต่างกัน
5. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	3.70	0.770	3.75	0.732	-0.049	0.683	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 62 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 63 การทดสอบค่าที (Independent-Sample t-Test) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีขึ้นไป		t	sig	การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าทั่วไป	4.30	0.984	4.28	0.923	0.155	0.877	ไม่แตกต่างกัน
2. สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามห้างสรรพสินค้า	3.97	0.637	4.23	0.665	-2.050	0.042*	แตกต่างกัน
3. การจัดวางสินค้าที่ชั้นวางในลักษณะที่หาง่ายและสะดวก	3.85	0.712	3.95	0.710	-0.766	0.445	ไม่แตกต่างกัน
4. สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	3.73	0.911	3.69	0.758	-0.218	0.827	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 63 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่องสามารถหาซื้อสินค้าได้ตามห้างสรรพสินค้า โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.97) น้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ตารางที่ 64 การทดสอบค่าที (Independent-Sample t-Test) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีขึ้นไป		t	sig	การแปลผล
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.			
1. มีการแนะนำสินค้าโดยพนักงานขาย	3.91	0.843	4.04	0.898	-0.749	0.455	ไม่แตกต่างกัน
2. มีการแจกของแถม	3.94	0.788	3.99	0.925	-0.282	0.778	ไม่แตกต่างกัน
3. มีการลดราคาเพื่อส่งเสริมการขาย	3.79	0.992	3.89	0.978	-0.527	0.599	ไม่แตกต่างกัน
4. การใช้นางแบบหรือผู้มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ทำให้น่าเชื่อถือ	3.73	0.839	3.98	0.885	-1.488	0.138	ไม่แตกต่างกัน
5. การจัดบูธแนะนำสินค้าในงานต่างๆ	3.21	0.857	3.35	0.994	-0.761	0.447	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 64 พบว่า ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 65 การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามรายได้

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย			F	sig	การแปลผล
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป			
1. ตราสินค้า (ชี่ห้อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.32	4.34	4.37	0.068	0.935	ไม่แตกต่างกัน
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ / หีบห่อสวยงาม	4.04	4.09	3.70	3.291	0.039*	แตกต่างกัน
3. รสชาติของสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีรสหวานเป็นธรรมชาติ	4.37	4.21	4.19	1.319	0.270	ไม่แตกต่างกัน
4. มีคุณสมบัติเหมาะกับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก	4.14	4.14	4.52	2.473	0.087	ไม่แตกต่างกัน
5. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย	3.81	3.87	3.78	0.240	0.787	ไม่แตกต่างกัน
6. สามารถลดปริมาณการใช้น้ำตาลลงได้	3.97	3.96	4.19	0.744	0.476	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในปัจจัยย่อยเรื่องลักษณะบรรจุภัณฑ์ / หีบห่อสวยงาม โดยสามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ดังแสดงในตารางที่ 66

ตารางที่ 66 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องลักษณะบรรจุภัณฑ์/หีบห่อสวยงามของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามรายได้

(I) รายได้เฉลี่ย	(J) รายได้เฉลี่ย	(I-J)	sig
ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 30,000 บาท	-0.02	0.827
	30,000 บาทขึ้นไป	-0.05	0.728
20,000 – 30,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท	0.02	0.827
	30,000 บาทขึ้นไป	-0.03	0.851
30,000 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 20,000 บาท	0.05	0.728
	20,000 – 30,000 บาท	0.03	0.851

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 66 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 67 การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามรายได้

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านราคา	ค่าเฉลี่ย			F	sig	การแปลผล
	ต่ำกว่า 20,000บาท	20,000 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป			
1. มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	4.24	4.34	4.00	1.419	0.244	ไม่แตกต่างกัน
2. มีราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ	4.20	3.96	4.07	1.881	0.155	ไม่แตกต่างกัน
3. มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.96	3.92	3.59	2.730	0.068	ไม่แตกต่างกัน
4. มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.94	3.89	3.93	0.046	0.955	ไม่แตกต่างกัน
5. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	3.72	3.83	3.59	1.121	0.328	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 68 การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามรายได้

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย			F	sig	การแปลผล
	ต่ำกว่า 20,000บาท	20,000 – 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป			
1. สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าทั่วไป	4.36	4.33	3.85	3.409	0.035*	แตกต่างกัน
2. สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามห้างสรรพสินค้า	4.26	4.03	4.37	3.897	0.022*	แตกต่างกัน
3. การจัดวางสินค้าที่ชั้นวางในลักษณะที่หาง่ายและสะดวก	3.88	4.05	3.81	1.778	0.172	ไม่แตกต่างกัน
4. สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	3.76	3.68	3.52	1.054	0.350	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าทั่วไป และสามารถหาซื้อสินค้าได้ตามห้างสรรพสินค้า โดยสามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ดังแสดงในตารางที่ 69 และ 70 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องสามารถหาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าทั่วไปของผู้ตอบ
แบบสอบถามจำแนกตามรายได้

(I) รายได้เฉลี่ย	(J) รายได้เฉลี่ย	(I-J)	sig
ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 30,000 บาท	0.03	0.821
	30,000 บาทขึ้นไป	0.51	0.012 *
20,000 – 30,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท	-0.03	0.821
	30,000 บาทขึ้นไป	0.48	0.022 *
30,000 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 20,000 บาท	-0.51	0.012 *
	20,000 – 30,000 บาท	-0.48	0.022 *

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 69 พบว่า กลุ่มรายได้ที่มีปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำ
แตกต่างกันด้านการจัดจำหน่ายในเรื่อง สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าทั่วไปได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้
เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.36) กับกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป
(ค่าเฉลี่ย 3.85) และ กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.33) กับกลุ่มที่มี
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 70 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องสามารถหาซื้อสินค้าได้ตามห้างสรรพสินค้าของผู้ตอบ
แบบสอบถามจำแนกตามรายได้

(I) รายได้เฉลี่ย	(J) รายได้เฉลี่ย	(I-J)	sig
ต่ำกว่า 20,000บาท	20,000 – 30,000 บาท	0.23	0.022 *
	30,000 บาทขึ้นไป	-0.11	0.431
20,000 – 30,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000บาท	-0.23	0.022 *
	30,000 บาทขึ้นไป	-0.34	0.020 *
30,000 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 20,000บาท	0.11	0.431
	20,000 – 30,000 บาท	0.34	0.020 *

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 70 พบว่า กลุ่มรายได้ที่มีปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำแตกต่างกันด้านการจัดจำหน่ายในเรื่อง สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามห้างสรรพสินค้า ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.26) กับกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.03) กับกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ตารางที่ 71 การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามรายได้

ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย			F	sig	การแปลผล
	ต่ำกว่า 20,000บาท	20,000 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป			
1. มีการแนะนำสินค้าโดยพนักงานขาย	4.02	4.24	3.37	10.380	0.000*	แตกต่างกัน
2. มีการแจกของแถม	4.04	3.97	3.78	0.903	0.407	ไม่แตกต่างกัน
3. มีการลดราคาเพื่อส่งเสริมการขาย	3.95	3.83	3.70	0.766	0.466	ไม่แตกต่างกัน
4. การใช้นางแบบหรือผู้มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ทำให้น่าเชื่อถือ	3.94	4.00	3.74	0.864	0.423	ไม่แตกต่างกัน
5. การจัดบูธแนะนำสินค้าในงานต่างๆ	3.34	3.32	3.33	0.013	0.987	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง มีการแนะนำสินค้าโดยพนักงานขาย โดยสามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ดังแสดงในตารางที่ 92

ตารางที่ 72 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องมีการแนะนำสินค้าโดยพนักงานขายของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำแนกตามรายได้

(I) รายได้เฉลี่ย	(J) รายได้เฉลี่ย	(I-J)	sig
ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000 – 30,000 บาท	-0.22	0.098
	30,000 บาทขึ้นไป	0.65	0.001 *
20,000 – 30,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000 บาท	0.22	0.098
	30,000 บาทขึ้นไป	0.87	0.000 *
30,000 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 20,000 บาท	-0.65	0.001 *
	20,000 – 30,000 บาท	-0.87	0.000 *

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 72 พบว่า กลุ่มรายได้ที่มีปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำแตกต่างกันด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง มีการแนะนำสินค้าโดยพนักงานขายได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.02) กับกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.37) และ กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.24) กับกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.37)