4.3 การยอมรับของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยวิธี Home Use Test

ผลการทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดจากฟลาวมันสำปะหลัง และฟลาวข้าวหอมมะลิ ด้วยวิธี Home Use Test (HUT) จำนวน 127 คน ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้ผลดังนี้

4.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้ที่ใช้แป้งชุบทอดในการประกอบอาหาร ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 48 พบว่า ผู้บริโภคซึ่งตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 90.6 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.2 สถานภาพส่วนใหญ่สมรส ร้อยละ 65.4 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 52.0 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 27.6 โดยร้อยละ 55.1 มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ 26.8 มีความถี่ในการทำอาหารประเภทชุบแป้งทอดเดือนละ 1 ครั้ง และใช้แป้งชุบทอดครึ่งซอง(1ซอง หนัก 150 กรัม)ในการทำอาหารแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.6

ตารางที่ 48 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 127 คน ในการทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดจากฟลาวมันสำปะหลัง และฟลาวข้าวหอมมะลิ ด้วยวิธี Home Use Test

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	หญิง	115	90.6
	ชาย	12	9.4
อายุ	20-30 ปี	34	26.8
	31-40 ปี	51	40.2
	41-50 ปี	26	20.5
	มากกว่า 50 ปี	16	12.6
สถานภาพ	สมรส	83	65.4
	โสด	44	34.6

ตารางที่ 48 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		ความถี่	ร้อยละ
การศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	12	9.4
	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	18	14.2
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	14	11.0
	ปริญญาตรี	66	52.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	17	13.4
อาชีพ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	35	27.6
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	24	18.9
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	19	15.0
	นิสิต / นักศึกษา	19	15.0
	พนักงานบริษัทเอกชน	14	11.0
	อื่น ๆ	16	12.6
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	<5,000 บาท	6	4.7
	5,000-10,000 บาท	19	15.0
	10,001-15,000 บาท	22	17.3
	15,001-20,000 บาท	10	7.9
	>20,000 บาท	70	55.1
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2 คน	9	7.1
	3 คน	37	29.1
	4 คน	46	36.2
	อื่น ๆ (5-9 คน)	35	27.6
ความถี่ในการทำอาหารประเภทชุบทอด	ทุกสัปดาห์	17	13.4
	เดือนละ 3 ครั้ง	9	7.1
	เดือนละ 2 ครั้ง	27	21.3
	เดือนละ 1 ครั้ง	34	26.8
	2 เดือน 1 ครั้ง	14	11.0
	นาน ๆ ครั้ง	26	20.5
ปริมาณแป้งชุบทอดที่ท่านใช้ในการทำ	ครึ่งซอง	84	64.6
อาหารแต่ละครั้ง (1ซอง หนัก 150 กรัม)	1 ซอง	42	33.1
	อื่น ๆ (1 ½ - 2 ซอง)	3	2.4

4.3.2 การทดสอบผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ 98.4 เข้าใจวิธีการใช้แป้งชุบทอด เมื่ออ่านวิธีการใช้ที่แนบไปพร้อมแบบสอบถาม (ดังแสดงในภาคผนวก ง) ในการทดสอบผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอด อาหารที่ผู้บริโภคใช้ทดสอบมากที่สุด ร้อยละ 26.8 คือ กุ้ง รองลงมา ได้แก่ ไก่ ร้อยละ 25.2 ผัก ร้อยละ 22.8 หมู ร้อยละ 7.9 ปลาหมึก ร้อยละ 7.9 ปลา ร้อยละ 6.3 และอื่น ๆ ร้อยละ 3.1

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ ในคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะผงแป้งที่ไม่เกาะตัวเป็นก้อน สีของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง) กลิ่นของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง) ความง่ายในการผสมแป้งเหลวให้เป็นเนื้อเดียวกัน ไม่เป็นก้อน ความหนืดของแป้งเหลว และปริมาณแป้งที่ชุบติดกับชิ้นอาหาร การพองตัวของแป้งเมื่อทอด และการไม่เหนียวติดกระทะ หรือติดกันระหว่างชิ้นอาหาร ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 49

ตารางที่ 49 ความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 127 คน ด้วยวิธี Home Use Test

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	ความถี่ความพึงพอใจในการใช้					ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	
ลักษณะผงแป้งไม่เกาะตัวเป็นก้อน ไม่ชื้น	3	8	24	75	17	3.7
สีของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง)	1	4	39	70	13	3.7
กลิ่นของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง)	3	7	42	57	18	3.6
ความง่ายในการผสมแป้งเหลวให้เป็นเนื้อเดียวกัน ไม่เป็นก้อน	2	2	22	76	25	3.9
ความหนืดของแป้งเหลว และปริมาณแป้งที่ชุบติดกับชิ้นอาหาร	0	4	35	68	20	3.8
การพองตัวของแป้งเมื่อทอด	0	4	48	59	16	3.7
การไม่เหนียวติดกระทะ หรือติดกันระหว่างชิ้นอาหาร	2	12	42	44	27	3.6

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคะแนนที่ใช้ถ่วงน้ำหนักเพื่อคำนวณค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ต่อคุณลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนักโดยให้คะแนนความพึงพอใจจาก 1 ถึง 5 (1 คือ น้อยที่สุด และ 5 คือ มากที่สุด) พบว่า คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยในคุณลักษณะผงแป้งที่ไม่เกาะตัวเป็นก้อนเท่ากับ 3.7 สีของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง)เท่ากับ 3.7 กลิ่นของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง)เท่ากับ 3.6 ความง่ายในการผสมแป้งเหลวให้เป็นเนื้อเดียวกัน ไม่เป็นก้อนเท่ากับ 3.9 ความหนืดของแป้งเหลวและปริมาณแป้งที่ชุบติดกับชิ้นอาหารเท่ากับ 3.8 การพองตัวของแป้งเมื่อทอดเท่ากับ 3.7 และการไม่เหนียวติดกระทะ หรือติดกันระหว่างชิ้นอาหารเท่ากับ 3.6

ผลการทดสอบความชอบต่อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้หลังทอดกับชิ้นอาหาร ในคุณลักษณะด้านสีแป้งทอด ลักษณะปรากฏ กลิ่นรสเครื่องเทศ ความกรอบในตัวแป้ง และความชอบโดยรวม ดังแสดงในตารางที่ 50

ตารางที่ 50 ความชอบต่อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้หลังทอดกับชิ้นอาหาร

คุณลักษณะ	ความถี่ความชอบ									คะแนนเฉลี่ยความชอบ
	ไม่ชอบมากที่สุด (1)	ไม่ชอบมาก (2)	ไม่ชอบปานกลาง (3)	ไม่ชอบเล็กน้อย (4)	เฉย ๆ (5)	ชอบเล็กน้อย (6)	ชอบปานกลาง (7)	ชอบมาก (8)	ชอบมากที่สุด (9)	
สีแป้งทอด	2	1	1	4	8	11	59	37	4	6.9
ลักษณะปรากฏ	0	1	0	2	9	12	62	35	6	7.0
กลิ่นรสเครื่องเทศ	0	2	0	11	3	21	32	41	17	7.0
ความกรอบในตัวแป้ง	0	1	0	4	0	7	37	59	19	7.6
ความชอบโดยรวม	0	0	0	4	3	8	36	61	15	7.5

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคะแนนที่ใช้ถ่วงน้ำหนักเพื่อคำนวณค่าเฉลี่ยความชอบ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้คะแนนความชอบในคุณลักษณะด้านสีแป้งทอด ลักษณะปรากฏ และกลิ่นรสเครื่องเทศในระดับชอบปานกลาง ส่วนด้านความกรอบในตัวแป้ง และความชอบโดยรวม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้คะแนนอยู่ในระดับชอบมาก เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนักโดยให้คะแนนความชอบจาก 1 ถึง 9 (1 คือ ไม่ชอบมากที่สุด และ 9 คือ ชอบมากที่สุด) พบว่า คะแนนความชอบเฉลี่ยในคุณลักษณะด้านสีแป้งทอดเท่ากับ 6.9 ลักษณะปรากฏเท่ากับ 7.0 กลิ่นรสเครื่องเทศเท่ากับ 7.0 ความกรอบในตัวแป้งเท่ากับ 7.6 และความชอบโดยรวมเท่ากับ 7.5 ผู้บริโภค ร้อยละ 97.6 ยอมรับคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของคะแนนความชอบต่อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้หลังทอดกับชิ้นอาหาร ในคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ในกลุ่มคนโสด และกลุ่มคนสมรสแล้ว พบว่า ความชอบในคุณลักษณะด้านสีแป้งทอด ลักษณะปรากฏ กลิ่นรสเครื่องเทศ ความกรอบในตัวแป้ง และความชอบโดยรวม ของกลุ่มคนโสด และกลุ่มคนที่สมรสแล้วไม่แตกต่างกัน ผลดังแสดงใน ตารางที่ 51

ตารางที่ 51 ความชอบต่อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้หลังทอดกับชิ้นอาหาร ในกลุ่มคนโสด และกลุ่มคนสมรส

คุณลักษณะ	กลุ่มคนโสด	กลุ่มคนสมรสแล้ว	p-value
สี	6.9	6.9	0.873
ลักษณะปรากฏ	7.1	7.0	0.619
กลิ่นรสเครื่องเทศ	7.2	7.0	0.374
ความกรอบในตัวแป้ง	7.7	7.5	0.440
ความชอบโดยรวม	7.6	7.5	0.314

หมายเหตุ p-value >0.05 ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของคะแนนความชอบต่อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้หลังทอดกับชิ้นอาหาร ในคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ในกลุ่มคนอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 40 ปี พบว่า ความชอบในคุณลักษณะด้านสีแป้งทอด ลักษณะปรากฏ กลิ่นรสเครื่องเทศ ความกรอบในตัวแป้ง และความชอบโดยรวม ของกลุ่มคนอายุต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ผลดังแสดงในตารางที่ 52

ตารางที่ 52 ความชอบต่อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้หลังทอดกับชิ้นอาหาร ในกลุ่มคนอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี และ มากกว่า 40 ปี

คุณลักษณะ	อายุ 20-30 ปี	อายุ 31-40 ปี	อายุมากกว่า 40 ปี	p-value
สี	6.8	6.9	6.9	0.921
ลักษณะปรากฏ	6.8	7.2	7.1	0.270
กลิ่นรสเครื่องเทศ	7.4	6.8	7.1	0.169
ความกรอบในตัวแป้ง	7.5	7.4	7.9	0.129
ความชอบโดยรวม	7.4	7.5	7.6	0.811

หมายเหตุ p-value >0.05 ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

4.3.3 การยอมรับผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้

ผู้บริโภค ร้อยละ 97.6 ยอมรับคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้ และถ้าหากมีผลิตภัณฑ์นี้วางจำหน่ายในราคาที่ใกล้เคียงกับแป้งชุบทอดทางการค้า และมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อร้อยละ 94.5

เมื่อนำข้อมูลคะแนนความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ และคะแนนความชอบในคุณลักษณะต่าง ๆของผลิตภัณฑ์หลังทอด มาสร้างแบบจำลองทำนายการยอมรับผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติค (Logistic regression analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม ได้แก่ การยอมรับผลิตภัณฑ์ และตัวแปรอิสระ ได้แก่ คะแนนความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ และคะแนนความชอบในคุณลักษณะต่าง ๆของผลิตภัณฑ์หลังทอด เพื่อนำสมการถดถอยที่ได้ไปพยากรณ์การยอมรับผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้

จากการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ คะแนนความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ ในคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะผงแป้งที่ไม่เกาะตัวเป็นก้อน สีของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง) กลิ่นของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง) ความง่ายในการผสมแป้งเหลวให้เป็นเนื้อเดียวกัน ไม่เป็นก้อน ความหนืดของแป้งเหลวและปริมาณแป้งที่ชุบติดกับชิ้นอาหาร การพองตัวของแป้งเมื่อทอด การไม่เหนียวติดกระทะ หรือติดกันระหว่างชิ้นอาหาร) และคะแนนความชอบในคุณลักษณะด้านสีแป้งทอด ลักษณะปรากฏ กลิ่นรสเครื่องเทศ ความกรอบในตัวแป้ง พบว่า คุณลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าว มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงแก้ปัญหาตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน (multicollinearity) โดยการ

จำแนกกลุ่มตัวแปรด้วยเทคนิค Factor Analysis เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกันโดยจัดกลุ่มตัวแปร และลดตัวแปรลงให้เป็นตัวแปรใหม่ จากการวิเคราะห์ Factor analysis พบว่าสามารถจัดกลุ่มของตัวแปรอิสระได้ เป็น 3 ปัจจัย โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรทั้งหมดได้ ร้อยละ 61.06

ตารางที่ 53 น้ำหนักของแต่ละตัวแปรโดยการหมุนแกนปัจจัย(factor loading of rotated component matrix)

ตัวแปร	ปัจจัยที่		
	1	2	3
ความชอบในด้านสีแป้งทอด(Z_1)	0.856	-1.932E-02	8996E-03
ความชอบในด้านลักษณะปรากฏ(Z_2)	0.764	0.271	8.291E-02
ความพึงพอใจต่อความง่ายในการผสมแป้งเหลวให้เป็นเนื้อเดียวกัน(Z_3)	0.701	0.202	5.463E-02
ความพึงพอใจต่อลักษณะผงแป้งที่ไม่เกาะตัวเป็นก้อน(Z_4)	0.670	0.119	-0.464
ความพึงพอใจต่อสีของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง) (Z_5)	0.638	-1.560E-02	0.146
ความพึงพอใจต่อกลิ่นของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง) (Z_6)	0.574	0.282	0.490
ความพึงพอใจต่อการพองตัวของแป้งเมื่อทอด(Z_7)	0.128	0.742	0.115
ความพึงพอใจต่อการไม่เหนียวติดกระทะ หรือติดกันระหว่างชิ้นอาหาร(Z_8)	0.244	0.681	0.141
ความพึงพอใจต่อความหนืดของแป้งเหลวและปริมาณแป้งที่ชุบติดกับชิ้นอาหาร(Z_9)	0.327	0.679	-0.341
ความชอบในด้านกลิ่นรสเครื่องเทศ(Z_{10})	0.477	-2.652E-02	0.731
ความชอบในด้านความกรอบในตัวแป้ง(Z_{11})	0.123	0.413	0.522
ค่าไอเกน	4.103	1.317	1.297
ร้อยละความแปรปรวนที่สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัย	30.08	16.87	13.11

หมายเหตุ $Z_1 - Z_{11}$ คือ ข้อมูลที่ผ่านการปรับค่ามาตรฐาน(standardized score)
ข้อมูลที่ขีดเส้นใต้(_____) ในแต่ละปัจจัย แสดงถึงตัวแปรที่ทำการศึกษาตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยนั้น ๆ สูง

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของแต่ละตัวแปร ดังแสดงในตารางที่ 47 สามารถจัดกลุ่มตัวแปรอิสระเดิมให้เป็นตัวแปรใหม่ได้ 3 ปัจจัย โดย ปัจจัยที่ 1 สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรได้ ร้อยละ 31.08 ประกอบด้วย ความชอบในด้านสีแป้งทอด ลักษณะปรากฏ ความพึงพอใจต่อความง่ายในการผสมแป้งเหลวให้เป็นเนื้อเดียวกัน ลักษณะผงแป้งที่ไม่เกาะตัวเป็นก้อน สีของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง) และกลิ่นของแป้งชุบทอด(ผงแป้ง) ปัจจัยที่ 2 สามารถอธิบายความแปร ปรวนของตัวแปรได้ ร้อยละ 16.87 ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อการพองตัวของแป้งเมื่อทอด การไม่เหนียวติดกระทะหรือติดกันระหว่างชิ้นอาหาร และความหนืดของแป้งเหลวและปริมาณแป้งที่ชุบ ติดกับชิ้นอาหาร ปัจจัยที่ 3 สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรได้ ร้อยละ 13.11 ประกอบด้วย ความชอบในด้านกลิ่นรสเครื่องเทศ และความกรอบในตัวแป้ง จากตารางที่ 48 คะแนนสัมประสิทธิ์ของแต่ละตัวแปรซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย สามารถนำมาสร้างเป็นสมการแสดงความสัมพันธ์ได้ดังสมการ (1) (2) (3)

ปัจจัยที่ 1 นิยามว่าเป็น “ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผงแป้งและลักษณะปรากฏ”

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผงแป้งและลักษณะปรากฏ = 0.322*Z1 + 0.221*Z2 + 0.215*Z3 + 0.271*Z4 + 0.226*Z5 + 0.108*Z6 - 0.115*Z7 - 0.062*Z8 + 0.017*Z9 + 0.111*Z10 - 0.090*Z11 (1)

ปัจจัยที่ 2 นิยามว่าเป็น “ปัจจัยด้านคุณสมบัติของแป้งเหลว”

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของแป้งเหลว = - 0.188*Z1 + 0.020*Z2 – 0.012*Z3 - 0.036*Z4 – 0.147*Z5 + 0.048*Z6 + 0.462*Z7 + 0.396*Z8 + 0.400*Z9 - 0.148*Z10 + 0.226*Z11 (2)

ปัจจัยที่ 3 นิยามว่าเป็น “ปัจจัยด้านกลิ่นรส และความกรอบของแป้งเมื่อทอด”

ปัจจัยด้านกลิ่นรส และความกรอบของแป้งเมื่อทอด =- 0.077*Z1 - 0.026*Z2 – 0.038*Z3 - 0.413*Z4 + 0.046*Z5 + 0.292*Z6 + 0.038*Z7 + 0.049*Z8 - 0.318*Z9 + 0.493*Z10 + 0.354*Z11 (3)

เมื่อนำปัจจัยด้านคุณสมบัติของผงแป้งและลักษณะปรากฏ(F1) ปัจจัยด้านคุณสมบัติของแป้งเหลว(F2) และ ปัจจัยด้านกลิ่นรส และความกรอบของแป้งเมื่อทอด(F3) เป็นตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติคเพื่อทำนายการยอมรับผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอด (การยอม

รับมีค่า 0 คือ ยอมรับ และ 1 คือ ไม่ยอมรับ) พบว่าได้สมการทำนายการยอมรับของผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดจากฟลาวมันสำปะหลัง และฟลาวข้าวหอมมะลิ ดังแสดงในสมการ(4) โดยมีค่า Nagelkerke $R^2 = 0.606$

การยอมรับผลิตภัณฑ์ = - 11.740 - 2.033*F1 – 5.817*F2 – 1.955*F3 (4)

ตารางที่ 54 คะแนนสัมประสิทธิ์ของปัจจัย(component score coefficient matrix)

ตัวแปร	ปัจจัยที่		
	1	2	3
ความชอบในด้านสีแป้งทอด(Z_1)	0.322	-0.188	-0.077
ความชอบในด้านลักษณะปรากฏ(Z_2)	0.221	0.020	-0.026
ความพึงพอใจต่อความง่ายในการผสมแป้งเหลวให้เป็นเนื้อเดียวกัน(Z_3)	0.215	-0.012	-0.038
ความพึงพอใจต่อลักษณะผงแป้งที่ไม่เกาะตัวเป็นก้อน(Z_4)	0.271	-0.036	-0.413
ความพึงพอใจต่อสีของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง) (Z_5)	0.226	-0.147	0.046
ความพึงพอใจต่อกลิ่นของแป้งชุบทอด (ผงแป้ง) (Z_6)	0.108	0.048	0.292
ความพึงพอใจต่อการพองตัวของแป้งเมื่อทอด(Z_7)	-0.115	0.462	0.038
ความพึงพอใจต่อการไม่เหนียวติดกระทะ หรือติดกันระหว่างชิ้นอาหาร(Z_8)	-0.062	0.396	0.049
ความพึงพอใจต่อความหนืดของแป้งเหลวและปริมาณแป้งที่ชุบติดกับชิ้นอาหาร(Z_9)	0.017	0.400	-0.315
ความชอบในด้านกลิ่นรสเครื่องเทศ(Z_{10})	0.111	-0.148	0.493
ความชอบในด้านความกรอบในตัวแป้ง(Z_{11})	-0.090	0.226	0.354

หมายเหตุ $Z_1 - Z_{11}$ คือ ข้อมูลที่ผ่านการปรับค่ามาตรฐาน(standardized score)

4.3.4 ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้

ผู้บริโภค ร้อยละ 59.1 ทราบว่า แป้งชุบทอดสำเร็จรูปในปัจจุบันใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ คือ แป้งสาลีซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เมื่อผู้บริโภครับทราบข้อมูลว่า “ผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดที่พัฒนาได้นี้ใช้วัตถุดิบที่ผลิตได้ภายในประเทศ ที่มีคุณภาพทัดเทียมกับการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริม เพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบทางการเกษตรที่ผลิตได้ในประเทศไทย และลดการใช้วัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ” ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะสนับสนุนซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 99.2

ผู้บริโภคจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อแป้งชุบทอด ได้ผลดังแสดงใน ตารางที่ 55 วิเคราะห์ผลการเรียงลำดับความสำคัญด้วยวิธี Fried man test โดยให้คะแนนลำดับความสำคัญจาก 1 ถึง 4 (1 คือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก และ 4 คือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับสุดท้าย) พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งชุบทอดแตกต่างกัน โดยปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับแรกในการเลือกซื้อแป้งชุบทอด คือ ตัวผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 2 คือ ราคา ลำดับที่ 3 คือ สถานที่จำหน่าย และลำดับสุดท้ายคือ การส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 55 ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อแป้งชุบทอด

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	ลำดับความสำคัญในการเลือกซื้อ (ร้อยละ)				คะแนน Ranking
	1	2	3	4	
ตัวผลิตภัณฑ์	78.0	11.8	7.9	2.4	171 d
ราคา	11.8	58.3	27.6	2.4	280 c
สถานที่จำหน่าย	6.3	23.6	43.3	26.8	369 b
การส่งเสริมการตลาด	3.9	6.3	21.3	68.5	450 a

หมายเหตุ ตัวอักษร a-c หมายถึง ปัจจัยในการเลือกซื้อที่มีตัวอักษรต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากการวิเคราะห์ด้วยวิธี Fried man test