

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

จำเนียร ช่วงโชติและคณะ จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โรงพิมพ์  
การศาสนา ๒๕๑๖.

ธงชัย สันติวงษ์ พฤติกรรมผู้บริโภค พระนคร สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, ๒๕๑๖.

มานะ พิทยาภรณ์, ดร. คำอธิบายพระราชบัญญัติคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม กฎหมาย  
สิทธิบัตรและพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า, กรุงเทพ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง ๒๕๑๗.

ราชบัณฑิตยสถาน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๓, พระนคร : โรงพิมพ์  
รุ่งเรืองธรรม, ๒๕๐๕.

สมปราชญ์ จอมเทศ การบริหารและการจัดการ พระนคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช  
จำกัด, ๒๕๑๖.

โสภา ชูพิกุลชัย ผศ. ดร. จิตวิทยาทั่วไป มหาวิทยาลัยรามคำแหง โรงพิมพ์การศาสนา  
๒๕๑๙.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หนังสือภาษาต่างประเทศ

Buskirk, Richard H. "Principles of Marketing : the Management View."

Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1966.

Diechter, Ernest. "Brand Loyalty and Motivation Research", Food Busi-

ness , January and February 1965.

Faslay, John U. "Why does 'brand Loyalty' Vary Over Products ?"

Journal of Marketing Research, November 1964. P. 9 -14.

Green, Paul E. Tull, Donald S. "Research for Marketing Decision."

2nd ed. Prentice Hall, Inc., New Jersey, 1970.

Howard, John A., Sheth Jagdish N. "The theory of Buyer Behavior."

John Wiley and Sons, Inc., New York, 1969.

"Journal of Marketing", Report of the Defination Committee, October,

1948. p. 205

Kotler, Phillip "Marketing Decision Making": A Model Building Approach".

Holt, Rinehart and Winston, New York, 1971.

Mc. Carthey, Jerome E. "Basic Marketing". 4th ed. richard D. Irwin,

Inc., Homewood Illinios, 1971.

"Private Brand Score Well". Printers'Ink, May 12, 1967. P.3

Schwartz, George. "Science in Marketing". John Wiley and Sons, Inc.,

New York, 1965.

Staton, William J. "Fundamentals of Marketing". 3rd ed. Mc. Graw

Hill Book Company. New York, 1971.

Still, Richard R., Cundiff, Edward W. "Sales Management". 2nd ed.

Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffe, 1969.

Tousley, Rayburn D., Clack Eugene., Clark, Fred E. "Principles of

Marketing". The Macmillan Company, New York, 1962.

Wasson, Chester R., Mc. Conuaghy, David H. "Buying Behavior and

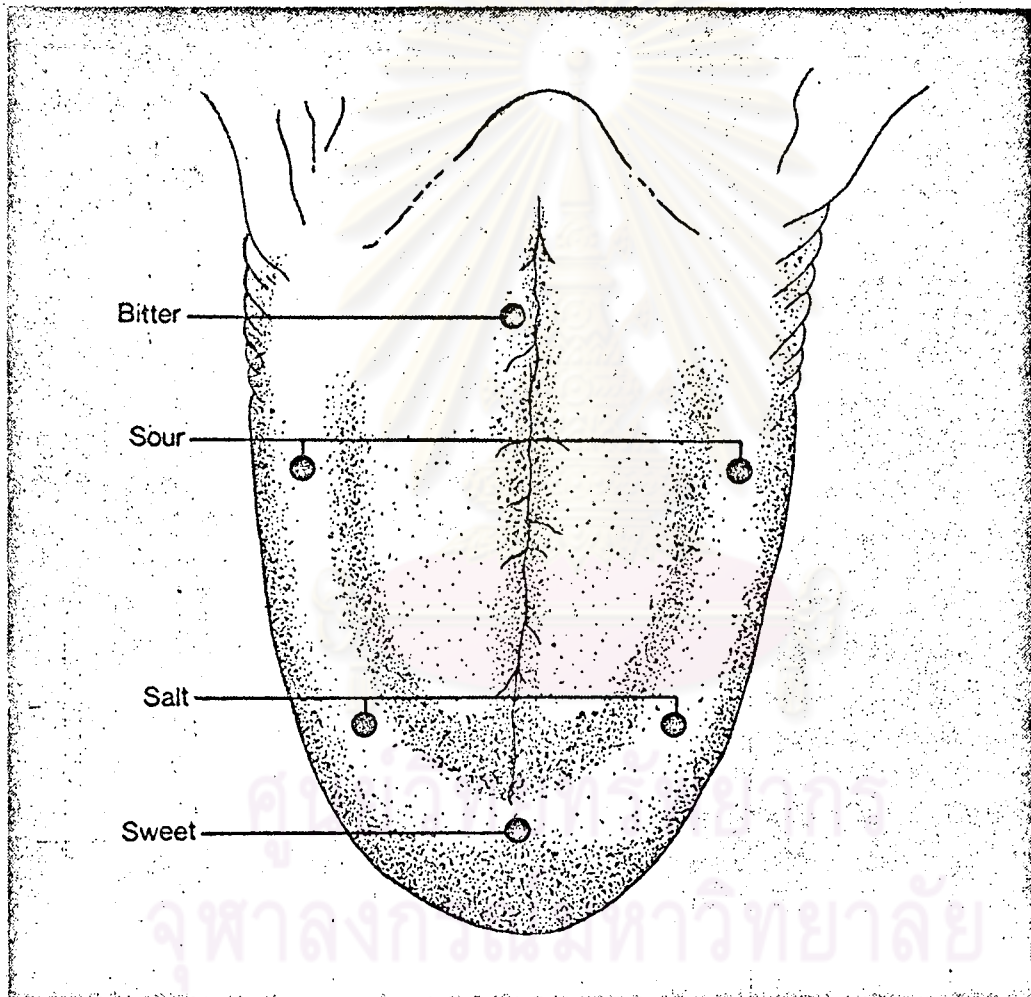
Marketing Decision". Appleton-Century Crafts, New York, 1968.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หมวด ก.



รูปแสดงตำแหน่งที่ของลิ้นในการรับรสพื้นฐาน คือ รสหวาน เค็ม เปรี้ยว และขม  
( จาก General Psychology :- Dember and Jenkins, 1970 )

ผนวก ข .

กรรมวิธีในการผลิตน้ำอ้อยดลประ เกทโคล่า

จากการสอบถามกรรมวิธีในการผลิตน้ำอ้อยดลประ เกทโคล่าทั้ง ๒ แห่ง คือ บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด ผู้ผลิตโค้ก และบริษัท เสริมสุข จำกัด ผู้ผลิตเปปซี่ ได้รับรายละเอียดในการผลิตดังนี้ คือ

๑. ส่วนผสม ส่วนผสมของน้ำอ้อยดลประ เกทโคล่านี้ ได้แก่
  - ก. น้ำ
  - ข. น้ำตาล
  - ค. น้ำเชื่อมสำเร็จ
  - ง. ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
๒. กรรมวิธีในการผลิต

เริ่มแรกทางโรงงานจะทำการเคี่ยวน้ำตาลให้มีสภาพเป็นน้ำเชื่อม (Syrup) หลังจากนั้นก็จะผสมน้ำเชื่อมสำเร็จเข้ากับน้ำตาล โดยน้ำเชื่อมสำเร็จนี้ได้ถูกส่งโดยตรงมาจากต่างประเทศเพื่อนำมาผสมกับน้ำตาลไทยโดยเฉพาะ หลังจากนั้นนำน้ำเชื่อมผสมกับน้ำตาลแล้วขึ้นต่อมาก็ให้นำน้ำผสมเข้าไปเพื่อลดความเข้มข้น จนกระทั่งได้ตรงตามมาตรฐานที่ทางโรงงานใหญ่ในต่างประเทศได้ตั้งไว้ จึงนำไปอัดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และปิดฝาจุกเพื่อการจัดจำหน่ายต่อไป

ในเรื่องการผลิตให้ได้มาตรฐานนั้นทางโรงงานทั้งสองจะต้องนำตัวอย่างน้ำอ้อยดลที่ผลิตขึ้นส่งไปให้สำนักงานใหญ่ในต่างประเทศตรวจเช็คปริมาณความหวาน ความซ่า ฯลฯ อยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ทางสำนักงานใหญ่ยังส่งผู้ตรวจสอบมาสุ่มตัวอย่างน้ำอ้อยดลในท้องตลาดเพื่อไปตรวจเช็คอีกครั้งหนึ่งด้วย หากการผลิตมีปริมาณน้ำตาล หรือปริมาณส่วนผสมอย่างหนึ่งอย่างใดผิดจากมาตรฐาน ทางสำนักงานใหญ่จะมีจดหมายตักเตือนมาทันที อนึ่งในเรื่องของมาตรฐานนี้ น้ำอ้อยดลทั้ง ๒ ยี่ห้อ มีมาตรฐานเดียวกันทั่วโลกเหมือนกันทุกประการ ในด้านปริมาณของส่วนผสม จะไม่มีที่ใดหวานกว่าหรือซ่ากว่าเลย ในด้านความหวานนั้นทางโรงงานใช้วิธีวัดความหวานโดยใช้เครื่องไฮโดรมิเตอร์ วัดความถ่วงจำเพาะของน้ำตาล

ในเรื่องนี้น้ำอัดลมยี่ห้อ เปปซี่มีความหวานกว่าโคล่า แต่น้ำอัดลมยี่ห้อโค้กจะมีความซ่ามากกว่าเปปซี่  
ในทำนองเดียวกัน อนึ่งข้อเท็จจริงในเรื่องนี้ การรับรู้ทางด้านรสชาติในบุคคลธรรมดาโดยทั่วไป  
ไม่เป็นที่แน่ชัดว่าจะสามารถเห็นความแตกต่างดังกล่าวได้

ในประเทศไทย บริษัทผู้ผลิตน้ำอัดลมยี่ห้อโค้ก ได้เริ่มดำเนินการมาเป็นเวลา  
๒๖ ปีเศษ ส่วนบริษัทผู้ผลิตน้ำอัดลมยี่ห้อเปปซี่ได้เริ่มดำเนินการมาเป็นเวลา ๒๓ ปีเศษ

ทางด้านปริมาณการผลิตนั้นขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น ในฤดูร้อนปริมาณการผลิตมักจะ  
สูงกว่าฤดูกาลอื่น ๆ ในเรื่องจำนวนที่แน่นอนทางบริษัทถือ เป็นความลับจึงไม่สามารถนำมาเปิดเผยได้ \*



ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

---

\* จากการสัมภาษณ์ คุณสุจินต์ มหากาญจนะ ผู้จัดการฝ่ายผลิต บริษัทไทยน้ำทิพย์ จำกัด  
วันที่ ๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๑๔ เวลา ๑๐.๐๐ น.

\* จากการสัมภาษณ์ คุณเชิดพันธ์ บุณสุข วิศวกรใหญ่ บริษัท เสริมสุข จำกัด, สำนักงาน  
ใหญ่ บางเขน เมื่อวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๑๔ เวลา ๑๑.๔๕ น.

หมวด ค :

ตัวอย่างแบบสอบถาม

๑. ถ้าคุณต้องการคิมน้ำอืดลมสักหนึ่งขวด คุณจะเลือกยี่ห้ออะไร
- ( ) โค้ก
  - ( ) เปปซี่
  - ( ) อาร์ซี
  - ( ) ชัน เครส
  - ( ) อื่น ๆ (หยุดสัมภาษณ์)
๒. ปกติคุณคิมน้อยแค่ไหน
- ( ) บ่อยอย่างน้อยวันละ ๑ ขวด
  - ( ) ปานกลางอย่างน้อยสัปดาห์ละ ๑ ขวด
  - ( ) นาน ๆ ครั้ง น้อยกว่าสัปดาห์ละ ๑ ขวด
๓. ถ้าไม่มียี่ห้อนี้ คุณจะเลือกยี่ห้ออะไรแทนหรือไม่
- ( ) เลือกน้ำอืดลมประเภทโคล่า เปปซี่ ยี่ห้อใดก็ได้
  - ( ) เลือกน้ำอืดลมประเภทอื่นนอกจากประเภทโคล่า เปปซี่
  - ( ) ไม่เลือกน้ำอืดลมยี่ห้อใดแทนทั้งสิ้น
๔. คุณคิดว่าน้ำอืดลม ยี่ห้อโค้ก และยี่ห้อเปปซี่ มีรสชาติ แตกต่างกันหรือไม่
- แตกต่างกันอย่างไร
- ( ) แตกต่างกัน
    - ( ) ความหวาน
    - ( ) ความซ่า
    - ( ) กลิ่น
    - ( ) สี
    - ( ) อื่น ๆ (ระบุ).....
  - ( ) ไม่แตกต่างกัน

๕. ถ้าคุณได้ตีมน้ำอัดลม ๒ ยี่ห้อนี้ คุณคิดว่า คุณจะสามารถบอกได้หรือไม่ว่า ถ้วยไหนเป็น น้ำอัดลมยี่ห้อใด

( ) ได้แน่ ๆ.....

( ) คงจะได้

( ) คงจะไม่ได้

( ) ไม่ได้แน่

ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ชิมน้ำอัดลม ๓ ถ้วย

๑.....

๒.....

๓.....

๖. น้ำอัดลม ๓ ถ้วยนี้ เป็นยี่ห้อเดียวกันเสียสองถ้วย อีกถ้วยหนึ่งเป็นอีกยี่ห้อหนึ่ง ขอให้ คุณชิมน้ำอัดลมทั้ง ๓ ถ้วย แล้วกรุณาบอกว่า น้ำอัดลมสองถ้วยไหนที่เหมือนกัน และถ้วย ไหนที่แตกต่างออกไป

( ) ๑ = ๒

( ) ๒ = ๓

( ) ๑ = ๓

๗. คราวนี้เอาน้ำอัดลมถ้วยที่คุณตอบว่าเหมือนกันออกไปถ้วยหนึ่ง เหลือน้ำอัดลม ๒ ถ้วย ที่คุณคิดว่าแตกต่างกัน คุณพอจะบอกได้หรือไม่ว่า ถ้วยไหนยี่ห้ออะไร (กาเบอร์ที่ เอาออก)

๑ ยี่ห้อ.....

๒ ยี่ห้อ.....

๓ ยี่ห้อ.....

( ) ไม่สามารถตอบได้

๘. ก. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง



ข. อายุ

- ( ) ต่ำกว่า ๒๐ ปี
- ( ) ๒๑ - ๒๔ ปี
- ( ) ๒๖ - ๓๐ ปี
- ( ) ๓๐ ปีขึ้นไป

ค. การศึกษา

- ( ) ระดับประถมศึกษา
- ( ) ระดับมัธยมศึกษา
- ( ) ระดับอาชีวศึกษา
- ( ) ระดับอุดมศึกษา
- ( ) อื่น ๆ (ระบุ).....

ง. อาชีพ

- ( ) นักวิชาการ หรือ ผู้จัดการ
- ( ) งานเสมียน
- ( ) งานขาย
- ( ) ช่างเทคนิค / ช่างฝีมือ
- ( ) แม่บ้าน (ไม่มีคำตอบแทน)
- ( ) นักเรียน / นักศึกษา
- ( ) อื่น ๆ (ระบุ).....

จ. รายได้ต่อเดือน

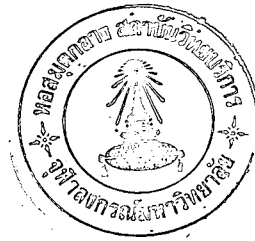
- ( ) ยังไม่มีรายได้
- ( ) รายได้ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ บาท
- ( ) ๑,๐๐๐ - ๒,๐๐๐ บาท
- ( ) ๒,๐๐๑ - ๓,๐๐๐ บาท
- ( ) ๓,๐๐๐ บาทขึ้นไป

PERCENTAGE POINTS, CHI-SQUARE DISTRIBUTION

$$F(x^2) = \int_0^{x^2} \frac{1}{2^{\frac{n}{2}} \Gamma(\frac{n}{2})} x^{\frac{n-2}{2}} e^{-\frac{x}{2}} dx$$

$n \backslash F$	.005	.010	.025	.050	.100	.250	.500	.750	.900	.950	.975	.990	.995
1	.0000393	.000157	.000982	.00393	.0158	.102	.455	1.32	2.71	3.84	5.02	6.63	7.88
2	.0100	.0201	.0506	.103	.211	.575	1.39	2.77	4.61	5.99	7.38	9.21	10.6
3	.0717	.115	.216	.352	.584	1.21	2.37	4.11	6.25	7.81	9.35	11.3	12.8
4	.207	.297	.484	.711	1.06	1.92	3.36	5.39	7.78	9.49	11.1	13.3	14.9
5	.412	.554	.831	1.15	1.61	2.67	4.35	6.63	9.24	11.1	12.8	15.1	16.7
6	.676	.872	1.24	1.64	2.20	3.45	5.35	7.84	10.6	12.6	14.4	16.8	18.5
7	.989	1.24	1.69	2.17	2.83	4.25	6.35	9.04	12.0	14.1	16.0	18.5	20.3
8	1.34	1.65	2.18	2.73	3.49	5.07	7.34	10.2	13.4	15.5	17.5	20.1	22.0
9	1.73	2.09	2.70	3.33	4.17	5.90	8.34	11.4	14.7	16.9	19.0	21.7	23.6
10	2.16	2.56	3.25	3.94	4.87	6.74	9.34	12.5	16.0	18.3	20.5	23.2	25.2
11	2.60	3.05	3.82	4.57	5.58	7.53	10.3	13.7	17.3	19.7	21.9	24.7	26.8
12	3.07	3.57	4.40	5.23	6.30	8.44	11.3	14.8	18.5	21.0	23.3	26.2	28.3
13	3.57	4.11	5.01	5.89	7.04	9.30	12.3	16.0	19.8	22.4	24.7	27.7	29.8
14	4.07	4.66	5.63	6.57	7.79	10.2	13.3	17.1	21.1	23.7	26.1	29.1	31.3
15	4.60	5.23	6.26	7.26	8.55	11.0	14.3	18.2	22.3	25.0	27.5	30.6	32.8
16	5.14	5.81	6.91	7.96	9.31	11.9	15.3	19.4	23.5	26.3	28.8	32.0	34.3
17	5.70	6.41	7.56	8.67	10.1	12.8	16.3	20.5	24.8	27.6	30.2	33.4	35.7
18	6.26	7.01	8.23	9.39	10.9	13.7	17.3	21.6	26.0	28.9	31.5	34.8	37.2
19	6.84	7.63	8.91	10.1	11.7	14.6	18.3	22.7	27.2	30.1	32.9	36.2	38.6
20	7.43	8.26	9.59	10.9	12.4	15.5	19.3	23.8	28.4	31.4	34.2	37.6	40.0
21	8.03	8.90	10.3	11.6	13.2	16.3	20.3	24.9	29.6	32.7	35.5	38.9	41.4
22	8.64	9.54	11.0	12.3	14.0	17.2	21.3	26.0	30.8	33.9	36.8	40.3	42.8
23	9.26	10.2	11.7	13.1	14.8	18.1	22.3	27.1	32.0	35.2	38.1	41.6	44.2
24	9.89	10.9	12.4	13.8	15.7	19.0	23.3	28.2	33.2	36.4	39.4	43.0	45.6
25	10.5	11.5	13.1	14.6	16.5	19.9	24.3	29.3	34.4	37.7	40.6	44.3	46.9
26	11.2	12.2	13.8	15.4	17.3	20.8	25.3	30.4	35.6	38.9	41.9	45.6	48.3
27	11.8	12.9	14.6	16.2	18.1	21.7	26.3	31.5	36.7	40.1	43.2	47.0	49.6
28	12.5	13.6	15.3	16.9	18.9	22.7	27.3	32.6	37.9	41.3	44.5	48.3	51.0
29	13.1	14.3	16.0	17.7	19.8	23.6	28.3	33.7	39.1	42.6	45.7	49.6	52.3
30	13.8	15.0	16.8	18.5	20.6	24.5	29.3	34.8	40.3	43.8	47.0	50.9	53.7

ประวัติการศึกษา



ชื่อ

นาย จุฑา เทียนไทย

วุฒิ

B.Sc. in Business Administration : Finance  
มหาวิทยาลัย อินเดียนา สหรัฐอเมริกา

Certificate in Export Promotion : Joint  
Export Marketing Groups, International Trade  
Center, UNTAD/GATT (Indonesia)

สถานที่ทำงาน

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย