

ทัศนคติของยุโรปโลกในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อน้ำทะเลที่ล้ำลึก



นายทวีชัย สุนทรวัฒน์

# ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทระดับบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

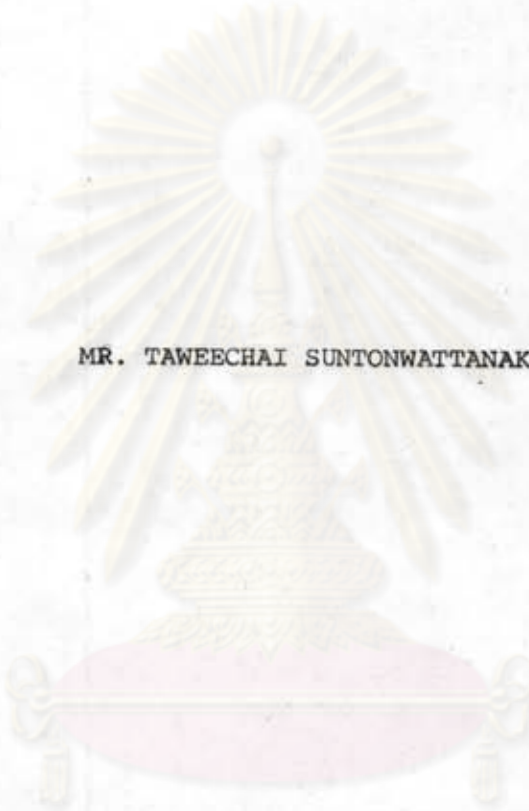
พ.ศ. 2526

ISBN 974-562-573-6

008626

I153A8832

CONSUMERS' ATTITUDE TOWARDS COCONUT MILK IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



MR. TAWEECHAI SUNTONWATTANAKIJ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Commerce

Department of Marketing  
Graduate School  
Chulalongkorn University

1983

หัวข้อวิทยานิพนธ์      หัวข้อคดีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อน้ำกะทิสำเร็จรูป

โดย                              นายทวิชัย      คู่สมการ วัฒนภิกข

ภาควิชา                              การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา              อาจารย์วิศรุต      ชัยปานี

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

*สุมนต์ บุญค*

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองคณบดีฝ่ายบริหาร คู่ประสิทธิ์ บุญภาค)



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

*ประธาน ธรรมการ*

..... ประธานกรรมการ

(ศาสตราจารย์ ปรีชา วอนขอพร)

*สุมนต์ บุญค*

..... กรรมการ

(นายเกรียงศักดิ์ เทพผลสูงพร)

*สุมนต์ บุญค*

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ สุรัชญา วิวัฒนชาติ)

*วิศรุต ชัยปานี*

..... กรรมการ

(อาจารย์ วิศรุต ชัยปานี)

หัวข้อวิทยานิพนธ์      ทักษะคิดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อน้ำกะทิสำเร็จรูป  
ชื่อผลิต                      นายทวีชัย      ลุ่มธารวัฒน์กิจ  
อาจารย์ที่ปรึกษา              อาจารย์      วิศรุต      ชัยปาณี  
ภาควิชา                              การตลาด  
ปีการศึกษา                      2525



น้ำกะทิสำเร็จรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เข้ามามีบทบาทต่อการปรุงอาหารของคนไทย แทนวิธีการปรุงแบบเก่าที่ต้องเสียเวลากับการคั้นมะพร้าวขูด ทั้งนี้เพราะปัจจุบันสภาพการดำรงชีวิตของผู้บริโภคได้เปลี่ยนไปจากเดิม ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกมากขึ้นตามลำดับ น้ำกะทิสำเร็จรูปจึงเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่เหมาะสมกับภาวะปัจจุบันของผู้บริโภค

จากการที่ผู้บริโภคมีประสบการณ์ในการปรุงอาหารและคุ้นเคยกับกลิ่นและรสชาติของอาหารไทยทั้งประเภทคาวและหวานที่ปรุงด้วยของสดตามธรรมชาติ จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาว่าผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูปที่ใช้กรรมวิธีทางวิทยาศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้อง สามารถจะไต่ทดแทนคุณสมบัติในด้านต่าง ๆ ของการปรุงอาหารแบบเก่าได้ดีเพียงใด ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำกะทิสำเร็จรูป จึงเป็นส่วนช่วยให้ทราบถึงความคิดเห็นและความต้องการของตลาดน้ำกะทิสำเร็จรูปในแง่ของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งมีวัตถุประสงค์และขอบเขตการศึกษาตั้งรายละเอียดในบทที่ 1 โดยคิดว่าประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาเรื่องนี้คือ ทราบถึงแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดและผลิตภัณฑ์ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

การศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยแบบสอบถาม 2 ส่วนด้วยกันคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้ศึกษาถึงความคิดเห็นและทัศนคติของผู้บริโภคที่อยู่ในลักษณะการประกอบอาหารด้วยตัวเอง



ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่ใช้ศึกษาถึงความคิดเห็นและทัศนคติของผู้บริโภคที่ซื้อเพื่อผลิตต่อ ได้แก่ร้านอาหาร

จากการศึกษาและวิเคราะห์ทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักและเข้าใจถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูป ในด้านความสะดวกในการใช้ปรุงอาหาร ราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูดและหาซื้อได้สะดวก ส่วนการประเมินผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูปของผู้บริโภคที่ให้ความเห็นว่าไม่ชอบเพราะเกรงว่ามีสารกันบูดเจือปน ในด้านคุณสมบัติของอาหารที่ได้จากการปรุงด้วยน้ำกะทิสำเร็จรูปนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ไม่ชอบในด้านกลิ่น

ในการศึกษาเรื่องนี้จึงมีข้อเสนอแนะว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลิ่นเป็นส่วนสำคัญที่ควรจะได้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น
2. ด้านราคา ควรรักษาราคาให้คงที่ในขณะที่ราคามะพร้าวขูดเปลี่ยนแปลงและการลดราคาจะมีผลทำให้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์เสียไป
3. ด้านการจำหน่าย ควรกระจายผลิตภัณฑ์ไปสู่ร้านค้าในตลาดสดและร้านยาให้กว้างและมีปริมาณมากกว่าเดิม พร้อมทั้งให้ความสนใจโดยให้พนักงานติดต่อกับร้านค้าปลีกให้ใกล้ชิดและมากยิ่งขึ้น เพราะผู้ค้าปลีกมีอิทธิพลต่อการรูงใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อ
4. ด้านส่งเสริมการขาย ควรใช้ความถี่ในการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ โดยผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ และเน้นถึงคุณสมบัติของอาหารที่ได้จากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป

สำหรับการศึกษาในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ เป็นเพียงการพิจารณาเน้นหนักในบางส่วนของสถานการณ์การตลาดของน้ำกะทิสำเร็จรูป ซึ่งอาจจะเป็นแนวทางให้ผู้ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน และผู้ที่คิดจะประกอบธุรกิจประเภทคล้ายคลึงกัน ได้เห็นถึงปัญหาและการยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูปในตลาด

Thesis Title CONSUMERS' ATTITUDE TOWARDS COCONUT MILK IN BANGKOK  
METROPOLITAN AREA

Name Mr. Taweechai Suntonwattanakij

Thesis Advisors Mr. Wisarut Jayapani

Department Marketing

Academic Year 1982

#### ABSTRACT

Coconut milk is a new product which is playing a role for cooking Thai meals and desserts in place of a conservative cooking that take times for making from squeezing and pressing shredded coconut meat. In present days, life-style has changed, the needs for ready-prepared products have increased progressively. So coconut milk, actually, will be the product which can get along with today life-style of the consumers.

From the experiences of cooking and getting used to flavors and tastes of Thai foods and desserts, cooking with natural obtained products. It is quite interesting to study whether coconut milk utilizes scientific methods would be able to give the properties in cooking compares with the old fashion method. Studying of the consumers' attitudes toward the coconut milk would show the consumers' opinions and needs. The objects and scopes of studying in details are in chapter one. The uses and advantages of the study are the knowledge in the improvements of the marketing strategy and product, conform with the consumers' need.

๗

Studying of the research, the writer collected the data from the questionnaires, separate into two parts.-

Part one: questionnaires are studies about the consumers' opinion and attitude who cook by themselves.

Part two: questionnaires are studies about the consumers' opinion and attitude who are not ultimate consumers e.g. the fast-food shops.

The studyings and analyzing of the research, show that major of the consumers know and understand the feature of the ease and the ready for using of the coconut milk, the price is close to the shredded coconut meat and is available which is easy to buy it. By evaluating the unlikes, show that ones dislike the preservatives which contain in the product and most of the unlikes complain about the flavor and taste which differ from the natural obtained coconut milk.

From the research, there are many which should be improved.-

1. Flavor is the important partion that should be improved
2. Keeping the price constantly while the price of the shredded coconut meat is changeable and lowering the price would loss the image of the product.
3. Widely distribution and more increasing market-place and groceries which sell the product. At the same time, keep interesting and is more closely contracted to retailers by sales-force. For the retailers have considerable influence to motivate the consumers' decision.
4. Make steady advertising frequency through mass media, stressing on the properties of the foods, obtained by using coconut milk.

The research aims to consider only some parts of the coconut milk market situation, which it may give some means for the business-owners or one who planes to establish the similar product line, to see the problems which retards the acceptions by the consumers.



ศูนย์วิทยพักร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





### กิตติกรรมประกาศ

ในการเขียนวิทยานิพนธ์ เรื่องที่ค้นคิดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อน้ำ  
กะทิสำเร็จรูปนั้น ผู้เขียนได้รับความกรุณาจากบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานของ  
เอกชนและของรัฐบาลที่ได้ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่ง จนทำให้วิทยานิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จลุล่วงได้  
โดยสมบูรณ์ ซึ่งผู้เขียนจะคิดถึงพระคุณในความกรุณาครั้งนี้ตลอดไป ซึ่งบุคคลและหน่วยงานดัง  
กล่าวข้างต้นมีดังนี้

อาจารย์ วิศรุต ชัยปาณี ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์  
สุรพัฒน์ วัชรประทีป รองศาสตราจารย์ สุรยัมนา วิวัฒน์ช่าต ซึ่งอาจารย์ทั้ง 3 ท่านได้คอย  
เอาใจใส่ดูแล และกระตุ้นเตือนตลอดเวลา นอกจากนี้ยังสละเวลาให้ผู้เขียนได้เข้าปรึกษาหารือ  
และยังคงคอยแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จมาได้ ซึ่งผู้เขียนขอกราบ  
ขอบขอบคุณท่านอย่างสูง พร้อมทั้งนี้ผู้เขียนขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร. สรชัย พิศาลบุตร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทวี รื่นจินดา ที่ให้คำแนะนำทางสถิติ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ จุฑา  
เทียนไทย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มนูญ แสงศิรัญ ที่ให้คำแนะนำแนวทางการเขียนวิทยานิพนธ์และขอ  
ขอบคุณในความกรุณาของคณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ทุก ๆ ท่านที่ได้สละเวลา เพื่อการ  
ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องและให้คำแนะนำเพื่อทำให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ วัชรารักษ์ ฮิวโคภิชฐ และบริษัทเทพ-  
ผดุงพระมหาร้าว จำกัด โดยเฉพาะคุณเกรียงศักดิ์ เทพผดุงพร ที่ได้กรุณาสละเวลาให้ผู้เขียนได้  
เข้าสัมภาษณ์ คุณฉวีต ทัตนะเจริญกิจ และเจ้าหน้าที่บริษัททุก ๆ ท่านที่ได้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบ  
การเขียนวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งคุณชัย จิวตระกูลและคุณดวงพร จิวตระกูล ที่ให้ความสะดวกกับ  
ผู้เขียนในหลาย ๆ ประการ นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ในกรมเศรษฐกิจการเกษตร  
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ คุณเอโนทัย วิศวะกุล และเจ้าหน้าที่ในกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์  
ที่ได้อำนวยความสะดวกในการหาข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับทำกาารวิจัย ผู้เขียนขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกท่านที่ช่วยใน  
การพิมพ์และการแจกจ่ายแบบสอบถาม รวมทั้งผู้ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน

สุดท้ายนี้ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงอีกครั้งสำหรับทุก ๆ ท่านที่มีส่วนช่วยให้  
วิทยานิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ทั้งที่ได้กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนามมาแล้วข้างต้น  
ถ้าวิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีส่วนดีผู้เขียนขอมอบความดีนั้นให้กับบุพการี และผู้มีพระคุณต่อผู้เขียนทุก ๆ  
ท่านด้วย หากมีสิ่งใดที่บกพร่องในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ผู้เขียนขออภัยรับไว้แต่ผู้เดียว

นาย ทวีชัย จันทกร วัฒนภิกข



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการตารางประกอบ

ตารางที่	หน้า
1. แสดงถึงระดับความชอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบแยกตามกลุ่มอาชีพ.....	32
2. แสดงถึงระดับความชอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบแยกตามระดับการศึกษา.....	35
3. แสดงถึงความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบแยกตามกลุ่มอาชีพ 3 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพกับความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิ.....	39 41
4. แสดงถึงความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบแยกตามระดับการศึกษา 4 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิ.....	42 45
5. แสดงถึงระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิแยกตามกลุ่มของผู้บริโภค.....	46
6. แสดงถึงระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิในแต่ละระดับการศึกษา.....	49
7. แสดงถึงระดับความรู้สึกเกี่ยวกับการคั้นกะทิแยกตามกลุ่มอาชีพ	52
8. แสดงถึงระดับความรู้สึกในการคั้นกะทิแยกตามระดับการศึกษา	55
9. แสดงถึงการเคยใช้หรือไม่เคยใช้แยกตามกลุ่มอาชีพ 9 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพกับการเคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูป	58 60
10. แสดงถึงการเคยใช้หรือไม่เคยใช้น้ำกะทิส้าสำเร็จรูป แยกตามระดับการศึกษา 10 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเคยใช้น้ำกะทิส้าสำเร็จรูป.....	61 63



11.	แสดงถึงการรู้จักหรือไม่รู้จักหน้ากะทิลำ เจริญรูปของกลุ่มที่ไม่ เคยใช้แยกตามอาชีพ.....	64
12.	แสดงถึงการรู้จักหรือไม่รู้จักหน้ากะทิลำ เจริญรูปของกลุ่มที่ไม่ เคยใช้แยกตามระดับการศึกษา.....	66
13.	แสดงถึงลักษณะการรู้จักผลิตภัณฑ์หน้ากะทิลำ เจริญรูปแยกตามอาชีพ	68
14.	แสดงถึงลักษณะการรู้จักผลิตภัณฑ์หน้ากะทิลำ เจริญรูป แยกตามระดับการศึกษา	71
15.	แสดงถึงความคิดเห็นต่อน้ำกะทิลำ เจริญรูปในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ เคยใช้แยกตามอาชีพ	73
16.	แสดงถึงความคิดเห็นต่อน้ำกะทิลำ เจริญรูปในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ เคยใช้แยกตามระดับการศึกษา.....	76
17.	แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบน้ำกะทิลำ เจริญรูปของผู้บริโภค แยกตามกลุ่มอาชีพ 17 ก แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพของผู้บริโภคกับความชอบน้ำกะทิลำ เจริญรูป.....	79 81
18.	แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบน้ำกะทิลำ เจริญรูปของผู้บริโภค แยกตามระดับการศึกษา 18 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความชอบน้ำกะทิลำ เจริญรูป.....	82 84
19.	แสดงถึงระดับความไม่ชอบในแต่ละระดับการศึกษา 19 ก แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบน้ำกะทิลำ เจริญรูป เป็นอันดับหนึ่งในแต่ละระดับการศึกษา 19 ข แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบน้ำกะทิลำ เจริญรูป เป็นอันดับสองในแต่ละระดับการศึกษา.....	85 86 88
	19 ค แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบน้ำกะทิลำ เจริญรูปเป็นอันดับสามในแต่ละระดับการศึกษา.....	91 91
	19 ง แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบน้ำกะทิลำ เจริญรูป เป็นอันดับสี่ในแต่ละระดับการศึกษา.....	94
20.	แสดงถึง โอกาสที่ผู้ไม่ เคยใช้จะ ใช้หรือไม่ใช้น้ำกะทิลำ เจริญรูปในแต่ละอาชีพ	97



ตารางที่

หน้า

21.	แสดงถึงโอกาสที่ผู้ไม่เคยใช้จะใช้หรือไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละระดับการศึกษา.....	99
22.	แสดงถึงตราอีโก้ของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคเคยใช้ในแต่ละอาชีพ	101
23.	แสดงถึงตราอีโก้ของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคเคยใช้ในแต่ละระดับการศึกษา.....	103
24.	แสดงถึงตราอีโก้ของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อใช้แยกตามอาชีพ.....	105
25.	แสดงถึงตราอีโก้ของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อใช้แยกตามระดับการศึกษา.....	107
26.	แสดงถึงเหตุผลในการเลือกตราอีโก้ของผู้บริโภคอาชีพ.....	109
27.	แสดงถึงเหตุผลในการเลือกตราอีโก้ของผู้บริโภคแยกตามระดับการศึกษา	111
28.	แสดงถึงระดับความเหมาะสมของตราอีโก้ของน้ำกะทิสำเร็จรูปแยกตามอาชีพ	114
29.	แสดงถึงระดับความเหมาะสมของตราอีโก้ของน้ำกะทิสำเร็จรูปแยกตามระดับการศึกษา.....	117
30.	แสดงถึงความชอบในคุณลักษณะของน้ำกะทิสำเร็จรูปแยกตามอาชีพ	120
30 ก	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพผู้บริโภคกับคุณลักษณะของน้ำกะทิ.....	123
31.	แสดงถึงความชอบในคุณลักษณะของน้ำกะทิสำเร็จรูปแยกตามระดับการศึกษา	124
31 ก	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของคุณลักษณะของน้ำกะทิ	127
32.	แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของน้ำกะทิในแต่ละอาชีพ	128
32 ก	แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของน้ำกะทิในแต่ละระดับการศึกษา.....	133
33.	แสดงถึงสาคับความสำคัญในการเลือกใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป.....	139
33 ก	แสดงถึงเหตุผลของการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปแยกตามอาชีพ	140
33 ย	แสดงถึงเหตุผลของการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปแยกตามอาชีพ (อันดับสอง.....)	142

## ตารางที่

## หน้า

34.	แสดงถึงประเภทห่อที่ผู้บริโภควิเคราะห์แยกตามอาชีพ.....	145
35.	แสดงถึงประเภทห่อที่ผู้บริโภควิเคราะห์แยกตามระดับการศึกษา.....	147
36.	แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อถุงที่บรรจุน้ำกะทิแยกตามอาชีพ.....	149
37.	แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อถุงที่บรรจุน้ำกะทิแยกตามระดับการศึกษา	152
38.	แสดงถึงระดับความชอบห่อที่บรรจุถุงแยกตามอาชีพ.....	155
39.	แสดงถึงระดับความชอบห่อที่บรรจุ (ถุง) แยกตามระดับการศึกษา	158
40.	แสดงการเคยพบหรือไม่เคยพบการบุตเสียบของน้ำกะทิในขณะเปิดห่อ แยกตามกลุ่มอาชีพ.....	161
41.	แสดงการเคยพบหรือไม่เคยพบการบุตเสียบของน้ำกะทิในขณะเปิดห่อ แยกตามระดับการศึกษา.....	163
42.	แสดงถึงสถานที่ ๆ ควรจะมีน้ำกะทิล้าง ใ้จุรูปจำหน่ายแยกตามอาชีพ	169
43.	แสดงถึงสถานที่ ๆ ควรจะมีน้ำกะทิล้าง ใ้จุรูปจำหน่ายแยกตามระดับการ ศึกษา.....	168
44.	แสดงถึงสถานที่ที่ผู้บริโภควิเคราะห์น้ำกะทิล้าง ใ้จุรูปมาใช้บ่อยในแต่ละอาชีพ	170
44 ก	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพของผู้บริโภคกับสถานที่จำหน่าย.....	172
45.	แสดงถึงสถานที่ที่ผู้บริโภควิเคราะห์น้ำกะทิล้าง ใ้จุรูปมาใช้บ่อยในแต่ละระดับ การศึกษา.....	173
45 ก	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับสถานที่ที่จำหน่าย	175
46.	แสดงถึงประเภทอาหารที่ปรุงด้วยน้ำกะทิล้าง ใ้จุรูปแยกตามอาชีพ	176
47.	แสดงถึงประเภทอาหารที่ปรุงด้วยน้ำกะทิล้าง ใ้จุรูปแยกตามระดับการศึกษา	178
48.	แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิล้าง ใ้จุรูปในด้านรสชาติของแกงแยกตามอาชีพ	180
48 ก	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพกับรสชาติของแกง	182
49.	แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิล้าง ใ้จุรูปในด้านรสชาติของแกงแยกตาม ระดับการศึกษา.....	183
49 ก	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับรสชาติของแกง	185



50.	แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิสำ เจริญรูปในด้านรสชาติของของหวานแยกตามอาชีพ.....	186
50 ก	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพกับรสชาติของของหวาน	188
51.	แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิสำ เจริญรูปในด้านรสชาติของของหวานแยกตามระดับการศึกษา.....	189
51 ก	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับรสชาติของของหวาน.....	191
52.	แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของ แกลงแยกตามอาชีพ.....	193
53.	แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของ แกลงแยกตามระดับการศึกษา	196
54.	แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของของหวานแยกตามอาชีพ	199
55.	แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของของหวานแยกตามระดับการศึกษา.....	202
56.	แสดงถึงพฤติกรรมหลังใช้น้ำกะทิสำ เจริญรูปแยกตามอาชีพ.....	205
57.	แสดงถึงพฤติกรรมหลังใช้น้ำกะทิสำ เจริญรูปแยกตามระดับการศึกษา	207
58.	แสดงถึงระยะเวลาในการตำ เฝืนการของร้านอาหาร.....	210
59.	แสดงถึงขนาดของร้านอาหาร.....	211
60.	แสดงถึงจำนวนผู้ช่วยในการประกอบอาหาร.....	212
61.	แสดงถึงจำนวนแกลงกะทิสำ/วัน.....	213
62.	แสดงถึงจำนวนมะพร้าวชูดที่ร้านอาหารใช้/วัน.....	214
63.	แสดงถึงสาเหตุความเสียหายของกะทิสำใช้ทำแกลง.....	215
64.	แสดงถึงระดับของปัญหาที่ทางร้านประสบ.....	216
65.	แสดงถึงระดับการเสียเวลาในการคั้นกะทิสำ.....	217
66.	แสดงถึงการเคยใช้หรือไม่เคยใช้น้ำกะทิสำ เจริญรูป.....	218
67.	แสดงถึงการรู้จักหรือไม่รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำ เจริญรูป.....	219
68.	แสดงถึงลักษณะการรู้จักผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำ เจริญรูป.....	220
69.	แสดงถึงการติดต่อของพนักงานขาย.....	221

## ตารางที่

## หน้า

70.	แสดงถึงความรู้สึกต่อน้ำกะทิล้า ไร้รูป.....	222
71.	แสดงถึงเหตุผลของการไม่ชอบน้ำกะทิล้า ไร้รูป.....	223
72.	แสดงถึงทัศนะของร้านที่ไม่เคยใช้คิดว่า จะซื้อมาใช้หรือไม่คิดจะซื้อมาใช้	224
73.	แสดงถึงความคิดเห็นที่มีต่อน้ำกะทิ.....	225
74.	แสดงถึงเหตุผลของการใช้น้ำกะทิล้า ไร้รูป.....	226
75.	แสดงถึงตราปีที่ห่อที่ เคยใช้.....	227
76.	แสดงถึงสาเหตุในการเลือกใช้ตราปีที่ห่อ.....	228
77.	แสดงถึงสถานที่ที่ซื้อน้ำกะทิล้า ไร้รูป.....	229
78.	แสดงถึงจำนวนร้านอาหารที่เคยใช้หรือไม่เคยใช้น้ำกะทิล้า ไร้รูปทำ ของหวาน.....	230
79.	แสดงถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติของแกง.....	231
	79 ก แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของแกง.....	232
80.	แสดงถึงผลในด้านรสชาติของของหวานที่ใช้น้ำกะทิล้า ไร้รูปประกอบ	233
	80 ก แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของของหวาน.....	234
81.	แสดงถึงการยอมรับน้ำกะทิล้า ไร้รูป.....	236

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญ

หน้า



บทคัดย่อภาษาไทย  
 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ  
 กิตติกรรมประกาศ  
 ๑  
 รายการตารางประกอบ

บทที่ 1	บทนำ.....	1
	๑ ความหมาย.....	1
	๒ วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า.....	2
	๓ ประโยชน์หรือความสำคัญที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	2
	๔ ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
	๕ สัมมุติฐานที่ใช้ในการศึกษา.....	4
	๖ วิธีการศึกษาและค้นคว้า.....	4
	๗ การใช้แบบสอบถาม.....	5
	ลักษณะของแบบสอบถาม.....	6
	การวิจัยสำนวม.....	7
	๘ แบบแผนในการเลือกตัวอย่าง.....	7
	๙ วิธีค่าเนิมนการและรวบรวมข้อมูล.....	8
	๑๐ วิธีจัดทำข้อมูล.....	10
บทที่ ๒	การศึกษามะพร้าวผลของไทย.....	11
	ผลผลิตของมะพร้าว.....	11
	ความต้องการภายในประเทศ.....	14
	ความเคลื่อนไหวของราคา.....	17
	ตลาดมะพร้าวในเขตกรุงเทพมหานคร.....	19

	หน้า
๒ บทที่ 3 สภพตลาดน้ำกะสีสำเร็จรูป.....	24
พฤติกรรมของผู้บริโภค.....	24
ด้านผลิตภัณฑ์.....	25
ด้านราคา.....	27
ด้านช่องทางการจำหน่าย.....	28
ด้านส่งเสริมการจำหน่าย.....	29
๑ บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค.....	30
บทที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค (ร้านอาหาร).....	210
๑ บทที่ 6 สรุปรูปและข้อเสนอนแนะ.....	236
ข้อเสนอนแนะ.....	240
บรรณานุกรม.....	245
๑ ภาคผนวก.....	247
๑ ประวัติผู้เขียน.....	260

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย