

การศึกษาการผลิต และระบบการตลาดของภาชนะเมลามีนในประเทศไทย



น.ส.กาญจนา เทพวรกิจ

002613

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาพาณิชยศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาพาณิชยศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๓

A STUDY OF PRODUCTION AND MARKETING SYSTEM OF MELAMINE WARE IN THAILAND

MISS KANJANA THEPARUCK

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement

for the Degree of Master of Commerce

Department of Commerce


Graduate School

Chulalongkorn University


1980

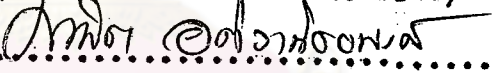
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาการผลิต และระบบการตลาดของภาชนะเมลามีนในประเทศไทย
โดย น.ส. กาญจนา เทพารักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาภรณ์ ลิ้มปิลสวัสดิ์
ภาควิชา พาณิชยศาสตร์


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต



..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุประสิทธิ์ บุณนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ปรีชา วอนขอมพร)


..... กรรมการ
(นายมนิต อควาณิชพงศ์)


..... กรรมการ
(นายวิรัช ชื่นมีเขาว)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาภรณ์ ลิ้มปิลสวัสดิ์)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาการผลิตและระบบการตลาดของภาชนะ เมลามีนในประเทศไทย
ชื่อนิสิต	น.ส. กาญจนา เทพารักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุกาญจนา ลิ้มปิสวัสดิ์
ภาควิชา	พาณิชยศาสตร์
ปีการศึกษา	๒๕๒๒

บทคัดย่อ

ภาชนะ เมลามีน เป็นภาชนะถ้วยชามชนิดหนึ่งที่ใช้สำหรับบรรจุอาหารรับประทาน ที่มีคุณสมบัติ รูปแบบ และสีที่แตกต่างจากภาชนะถ้วยชามชนิดอื่น ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการขายอาหาร อีกทั้ง เป็นสินค้าที่มีความสำคัญในการส่งออกชนิดหนึ่ง โดยมีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นอยู่เสมอ จึงเป็นสาเหตุให้ผู้เขียนมีความสนใจที่จะทราบประวัติความเป็นมา กรรมวิธีการผลิต และระบบการตลาด ที่ทำให้ภาชนะ เมลามีนขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

การเขียนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษากรรมวิธีการผลิต ระบบการตลาด ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการขยายตัวทางการตลาด รวมทั้งการศึกษาแนวโน้มการใช้ภาชนะ เมลามีน จากทัศนคติของผู้บริโภค และความคิดเห็นของร้านค้าที่จำหน่ายภาชนะถ้วยชาม เพื่อประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาทางการผลิต และระบบการตลาด อันเป็นอุปสรรคต่อการจำหน่าย การขยายตลาด และการขยายกำลังการผลิต

จากการศึกษาปรากฏว่า ภาชนะ เมลามีน เป็นภาชนะถ้วยชามที่ผลิตจากวัตถุดิบ เมลามีน พอร์มอลดีไฮด์เรซิน ซึ่งเป็นพลาสติกชนิดหนึ่ง มีคุณสมบัติทนต่อการแตกร้าว น้ำหนักเบา มีจำหน่ายครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๐๐ โดยการสั่งซื้อจากประเทศญี่ปุ่น และได้มีการตั้งโรงงานผลิตขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๑๔ เป็นมารวมทั้งสิ้น ๕ แห่ง สำหรับการผลิตภาชนะ เมลามีนนั้น เริ่มต้นจากการออกแบบภาชนะ การวางแผนและการควบคุมการผลิต ในกระบวนการผลิตจะใช้เครื่องจักรอัตโนมัติดำเนินการจนเสร็จ แล้วนำสินค้ามาบรรจุหีบห่อพร้อมที่จะจำหน่าย

โครงสร้างตลาดภาชนะ เมลามีนอยู่ในวงจรชีวิตชั้น เจริญเติบโต และมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายจำนวนน้อย มีส่วนแบ่งในตลาดภาชนะถ้วยชามทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ ๒๕ ช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าปลีก และจำหน่ายโดยตรง ส่วนลูกค้าตลาดต่างประเทศจะเป็นภัตตาคาร และร้านสรรพสินค้า ตลาดที่จำหน่ายได้แก่ ประเทศในภาคพื้นยุโรป สหรัฐอเมริกา เอเชีย และออสเตรเลีย โดยมีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี สำหรับสภาพการแข่งขัน มีการรวมหัวกันไม่แข่งขันด้านราคา และภาชนะกระเบื้องเป็นคู่แข่งที่สำคัญ ในการส่งเสริมการจำหน่าย มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ นิตยสารสตรี และการใช้พนักงาน ตลอดจนการให้ส่วนลดแก่ร้านค้า

ในการศึกษาความคิดเห็นของผู้จำหน่าย ทศนคติของผู้ซื้อ และการวิเคราะห์ความต้องการตามกำลังผลิตจริง ปรากฏว่าแนวโน้มการใช้ภาชนะ เมลามีนภายในประเทศ มีแนวโน้มสูงขึ้น และภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการขยายตัวทางการตลาดของภาชนะ เมลามีน

ปัญหาในการผลิต ได้แก่ ปัญหาวัตถุดิบมีอายุการใช้งานจำกัด ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาเครื่องจักรสูง ข่างฝีมือที่มีความชำนาญในการสร้างแม่พิมพ์มีน้อย และคนงานบางคนมีอาการแพ้วัตถุดิบ ในการส่งออกมีปัญหา การคืนเงินภาษีอากรวัตถุดิบล่าช้า และปัญหาในการใช้ภาชนะ เมลามีน - กล่าวคือ เมื่อใช้ไปนาน ๆ จะเกิดรอยคราบ และรอยขีดข่วน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thesis Title A Study of Production and Marketing System of Melamine
 Ware in Thailand

Name Miss Kanjana Theparuck

Thesis Advisor Assistant Professor Sukanchana Limpisvasti

Department Commerce

Academic Year 1979

Abstract

Melamine ware is a kind of earthenware normally used for food container, though having qualities, shapes and colours different from those of other wares. Presently, Melamine ware is widely used, in particular by food sellers, and has become one of the more important export items with a continual increase of export order. Such market potential has attracted the writer's interest to carry out a study into the background, production methods and marketing system of Melamine, and the factors which have stimulated market demand for Melamine both locally and abroad.

The aim of this thesis is to study the production methods, the marketing system, the economic and social factors affecting market growth for Melamine, as well as the trend in its demand based upon the users' attitude and feedbacks from retailers, in order to identify and solve the problems relating to production and marketing system which might impede distribution, and expansion of market and production facilities.

The results of this study, show that Melamine ware is made from Melamine Formaldehyde Resins, a type of plastics, which has the qualities of strong crack-resistance and lightness, and was first imported into Thailand from Japan in 1957. The first factory in Thailand to manufacture Melamine

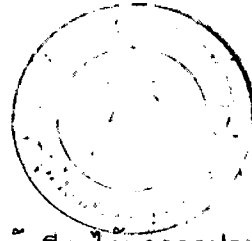
ware was opened in 1971, and to date there are altogether 5 Melamine factories in Thailand. The manufacturing stages comprise product designing, production planning and control, the actual production using automated machinery, and packaging of finished products ready for distribution.

The structure of Melamine market is one of oligopoly, and the product life cycle is in the stage of growth. Melamine ware has a 25 % share of the total earthenware market. Sales in domestic market are promoted through agents, retailers and also by direct sales. The export market consists of sales to restaurants and department stores in Europe, U.S.A. Australia and Asia, where orders have been increasing each year, As far as competition is concerned, there is a cartel against price competition, and china ware represents a strong competitor. Promotion methods are through advertisement on television and in ladies magazines, home-store visits by salesmen, and discounts allowed to retail stores.

An evaluation of comments and opinions given by sellers and buyers, and an analysis of the actual level of demand and supply, indicate a rising trend in local demand, and that the economic and social conditions have a strong effect on the growth of Melamine market.

Production problem found concern mainly the limited storage life of raw materials, the high maintenance costs of machinery, the scarcity of skilled moulders, and workers who are allergic to raw materials. Export problems are mainly the delay in obtaining tax refund for imported raw materials and the problem of stains and scratches found on Melamine ware after prolonged use.

กิติกรรมประกาศ



แนวความคิดสำหรับการเขียนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้เขียนได้มาจากประสบการณ์ในการ
ของบริษัท ศตวรรษพลาสติก จำกัด จัดจำหน่ายภาชนะเมลามีน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเน้นหนัก
การจำหน่ายให้กับร้านขายอาหารเป็นหลัก ในการจำหน่ายครั้งนั้น ผู้เขียนได้ทราบถึงภาวะตลาด
ของสินค้า อุปสรรค และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอันเกี่ยวกับวิธีการจำหน่าย และการใช้ภาชนะเมลามีน
ของลูกค้า เป็นต้น ประกอบกับผู้เขียนมีความเห็นว่าภาชนะเมลามีนเป็นสินค้าที่สำคัญที่กำลังขยายตัว
ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีปริมาณและมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

ในการเขียนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุกาญจนา
ลิมปิสวัสดิ์ อย่างสูง ที่ให้ความกรุณาช่วยเหลือในการให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง
รวมทั้ง เรียบเรียงให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ และสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี พร้อมทั้งนี้ผู้เขียนขอ
ขอบพระคุณ คุณมานิต อติวานิชยพงศ์ และคุณวิรัช ชื่นมีเขาว์ เป็นอย่างยิ่งที่ให้ความเมตตาช่วย
เหลือให้คำแนะนำ และอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต และระบบการตลาดของภาชนะเมลามีน
ตลอดจนการเข้าชมโรงงาน นอกจากนี้ผู้เขียนต้องขอขอบคุณ คุณมณูญ คีตะจิตต์ คุณประเสริฐ จันทรา
และคุณเอี่ยม โล่ห์สุวรรณกุล ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าชนิดนี้

ในการนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อุทัย ภิรมย์ริน คุณรุคคอล์ฟ เอิบเซอร์
และอาจารย์ฉันทะ ฉิมโฉม ที่ช่วยเหลือในการตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งนี้
ต้องขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ กองเศรษฐกิจ
อุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และเจ้าหน้าที่ศาลาว่าการกรุงเทพ
มหานคร ที่อำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนี้ และขอขอบคุณในความกรุณาของ
คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่ได้สละเวลา เพื่อการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง รวมทั้งให้
คำแนะนำจนทำให้วิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

สำหรับการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ในการทำวิจัย ผู้เขียนขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ได้ช่วย แจกแบบสอบถามให้กระจายได้ทั่วตามที่กำหนดไว้ รวมทั้งผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในการกรอกแบบ สอบถามด้วยดี นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณอาจารย์วัชรภรณ์ ชิวโคภิษฐ อาจารย์ธีระเดช รุ่งมงคล และคุณวีระศักดิ์ โชตยาภรณ์ ที่ช่วยเหลือให้คำแนะนำต่าง ๆ อีกสิ่งหนึ่งที่ผู้เขียนได้รับ คือความ เมตตาจากบิดามารดาที่สนับสนุนให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ เสร็จสิ้นด้วยดี

ท้ายที่สุดผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณทุกท่านอีกครั้งหนึ่ง ทั้งที่ได้กล่าวนาม และได้ กล่าวนามมาข้างต้น หากวิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีประโยชน์ผู้เขียนขอมอบส่วนดีนี้ให้แก่บุพการี และ ผู้มีพระคุณต่อผู้เขียนทุกท่าน ส่วนใดที่เป็นข้อบกพร่องและผิดพลาดจากการเขียนวิทยานิพนธ์ เรื่องนี้ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย

ก

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

ค

กิตติกรรมประกาศ

จ

รายการตารางประกอบ

ช

รายการแผนภาพประกอบ

ฉ

บทที่ ๑

บทนำ

๑

ความเป็นมา

๑

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

๑

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

๒

ขอบเขตการศึกษาและวิธีการศึกษา

๓

วิธีการศึกษา

๔

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

๖

การสัมภาษณ์ร้านค้าจำหน่ายภาชนะถ้วยชาม

๘

วิธีดำเนินงานและรวบรวมข้อมูล

๙

วิธีประมวลผล

๑๐

อุปสรรคในการศึกษา

๑๐

คำนิยามที่ใช้ในการศึกษา

๑๑

บทที่ ๒

ความรู้เกี่ยวกับ เมลามีน

๑๒

คุณสมบัติของ เมลามีน

๑๒

ประโยชน์ของสารประกอบ เมลามีนฟอร์มอลดีไฮด์ เรซินและ

๑๔

สารประกอบยูเรียฟอร์มอลดีไฮด์เรซิน

ประวัติของภาชนะ เมลามีนที่เกิดขึ้นในโลกและในประเทศไทย

๑๕

		หน้า
บทที่ ๓	กระบวนการผลิต	๑๖
	ลักษณะผลิตภัณฑ์	๑๖
	วัตถุดิบ	๑๗
	การออกแบบภาชนะ เมลามีน	๒๐
	การวางแผนการผลิต	๒๓
	การควบคุมการผลิต	๒๔
	กรรมวิธีและ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต	๒๗
	การบรรจุหีบห่อและการ เก็บรักษา	๓๐
	ปัญหาในการผลิต	๓๐
	บทที่ ๔	โครงสร้างตลาดและการจำหน่าย
โครงสร้างของตลาดภาชนะ เมลามีน		๓๒
การแบ่งส่วนตลาด		๓๕
ช่องทางการจำหน่าย		๓๘
ตลาดภายในประเทศ		๓๙
ตลาดต่างประเทศ		๔๒
การพิจารณาอัตราการเปลี่ยนแปลงในการส่งออก		๕๘
การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดภายในประเทศ		๖๑
สภาพการแข่งขัน		๖๔
การตั้งราคา		๖๔
การส่งเสริมการจำหน่าย		๖๖
การพิจารณาถึงพฤติกรรมของร้านค้าที่จำหน่ายภาชนะ เมลามีน		๖๗
บทที่ ๕		การวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับผู้บริโภค

	หน้า
บทที่ ๖	
สรุปการประเมินผลการวิจัย	๑๓๘
แนวโน้มของการใช้ก๊าซอะ เมลามีน	๑๔๓
ภาวะ เศรษฐกิจและสังคมมีผลต่อการขยายตัวทางการตลาด	๑๔๔
ข้อ เสนอแนะจากผลการวิจัย	๑๔๕
บทที่ ๗	
สรุปปัญหาและข้อ เสนอแนะ	๑๔๘
บรรณานุกรม	๑๕๕
ภาคผนวก	๑๕๙
ประวัติผู้เขียน	๑๗๑

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการตารางประกอบ

ตารางที่	หน้า
๑. แสดงถึงการสั่งซื้อผง เมลามีน	๑๔
๒. แสดงถึงปริมาณการส่งออกของสินค้า เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และครัวทำด้วยพลาสติก	๔๔
๓. แสดงถึงมูลค่าส่งออกของสินค้า เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	๔๖
๔. แสดงถึงปริมาณการสั่ง เข้าของสินค้า เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และครัวทำด้วยพลาสติก	๔๘
๕. แสดงถึงมูลค่าสั่ง เข้าของสินค้า เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และครัวทำด้วยพลาสติก	๕๐
๖. แสดงถึงปริมาณส่งออกของภาชนะถ้วยชาม เมลามีน	๕๓
๗. แสดงถึงมูลค่าส่งออกของภาชนะถ้วยชาม เมลามีน	๕๔
๘. แสดงถึงอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกของภาชนะ เมลามีน	๕๘
๙. แสดงถึงกำลังผลิตตามความต้องการของตลาดภายในประเทศ	๖๒
๑๐. ประเภทของร้านค้าที่จำหน่ายภาชนะ เมลามีน	๖๗
๑๑. ร้านค้าแต่ละประเภทจำหน่ายภาชนะ เมลามีนยี่ห้อใด	๖๘
๑๒. ร้านค้าซื้อภาชนะ เมลามีนมาจากไหนบ้าง	๖๙
๑๓. การใช้ระยะเวลาห่างในการสั่งซื้อภาชนะ เมลามีนมาจำหน่าย	๗๐
๑๔. ปริมาณในการสั่งซื้อแต่ละครั้ง	๗๑
๑๕. การให้ส่วนลดกับลูกค้า	๗๒
๑๖. ความคิดเห็น เกี่ยวกับภาชนะถ้วยชามที่จำหน่ายได้มาก	๗๓
๑๗. ร้านค้าต่าง ๆ มีปริมาณการจำหน่าย เพิ่มขึ้นหรือลดลง	๗๔
๑๘. แสดงถึง เพศในกลุ่มผู้บริโภค	๗๔
๑๙. สถานะทางสภาพสมรสของกลุ่มผู้บริโภค	๘๐
๒๐. อายุของแต่ละกลุ่มผู้ใช้	๘๑

ตารางที่

หน้า

๒๑.	อาชีพของแต่ละกลุ่มผู้ใช้	๘๒
๒๒.	การศึกษาของกลุ่มผู้ใช้	๘๓
๒๓.	ลักษณะที่อยู่อาศัย	๘๔
๒๔.	การใช้ภาชนะถ้วยชามสำหรับบรรจุอาหารที่บ้านหรือร้านอาหาร	๘๖
๒๕.	เหตุผลในการซื้อภาชนะถ้วยชาม	๘๗
๒๖.๑	การเคยซื้อภาชนะถ้วยชามที่ผลิตขึ้นจากต่างประเทศ	๘๘
๒๖.๒	การไม่เคยซื้อภาชนะถ้วยชามของต่างประเทศ	๘๙
๒๗.	การรู้จักภาชนะเมลามีนหรือไม่	๙๐
๒๘.	การรู้จักภาชนะเมลามีนในแต่ละยี่ห้อ	๙๑
๒๙.	การรู้จักภาชนะเมลามีนจากทางใด	๙๒
๓๐.	ในอนาคตมีความต้องการใช้ภาชนะเมลามีนหรือไม่	๙๓
๓๑.๑	แสดงถึงการซื้อภาชนะเมลามีน	๙๕
๓๑.๒	ประเภทของสินค้า	๙๖
๓๑.๓	สถานที่จำหน่ายภาชนะเมลามีน	๙๗
๓๒.	การซื้อภาชนะเมลามีนแต่ละยี่ห้อ	๙๘
๓๓.	การรู้จักยี่ห้อภาชนะเมลามีน	๙๙
๓๔.	ผู้ตัดสินใจซื้อภาชนะเมลามีน	๑๐๐
๓๕.๑	จำนวนในการซื้อภาชนะเมลามีนแต่ละครั้ง	๑๐๑
๓๕.๒	ระยะเวลาห่างในการสั่งซื้อ	๑๐๒
๓๖.	สาเหตุในการตัดสินใจซื้อ	๑๐๓
๓๗.	การใช้ประโยชน์ของภาชนะเมลามีน	๑๐๔
๓๘.	สิ่งจูงใจที่ซื้อภาชนะเมลามีน	๑๐๕
๓๙.	ราคาหรือคุณภาพที่มีอิทธิพลต่อการซื้อภาชนะเมลามีน	๑๐๖
๔๐.	การตัดสินใจซื้อภาชนะเมลามีนราคาถูกหรือราคาแพง	๑๐๗

ตารางที่

หน้า

๔๑.๑	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับความคงทน	๑๐๘
๔๑.๒	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับสี	๑๐๘
๔๑.๓	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับรูปแบบ	๑๑๐
๔๑.๔	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับลวดลาย	๑๑๑
๔๑.๕	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับความสวยงาม	๑๑๒
๔๑.๖	การเปรียบเทียบด้านการใช้ที่เกี่ยวกับการทำความสะอาด	๑๑๓
๔๑.๗	การเปรียบเทียบด้านการใช้ที่เกี่ยวกับการเก็บรักษา	๑๑๔
๔๑.๘	การเปรียบเทียบด้านราคา	๑๑๕
๔๒.๑	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับความคงทน	๑๑๖
๔๒.๒	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับสี	๑๑๗
๔๒.๓	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับรูปแบบ	๑๑๘
๔๒.๔	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับลวดลาย	๑๑๙
๔๒.๕	การเปรียบเทียบด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับความสวยงาม	๑๒๐
๔๒.๖	การเปรียบเทียบด้านการใช้ที่เกี่ยวกับการทำความสะอาด	๑๒๑
๔๒.๗	การเปรียบเทียบด้านการใช้ที่เกี่ยวกับการเก็บรักษา	๑๒๒
๔๒.๘	การเปรียบเทียบด้านราคา	๑๒๓
๔๓.๑	แสดงถึงความต้องการที่จะใช้ภาชนะเมลามีน	๑๒๔
๔๓.๒	ความไม่ต้องการใช้ภาชนะเมลามีน	๑๒๕
๔๔.	ปัญหาต่าง ๆ ในการใช้ภาชนะเมลามีน	๑๒๖
๔๕.	ผลการซื้อสินค้าในภาวะที่เศรษฐกิจและสังคมที่ตกต่ำ	๑๓๑
๔๖.	ความต้องการที่จะซื้อและไม่ซื้อภาชนะถ้วยชามราคาแพง เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น	๑๓๒
๔๗.	ความต้องการที่จะซื้อและไม่ซื้อภาชนะถ้วยชามราคาแพง เมื่อสถานะทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป	๑๓๓

ตารางที่

หน้า

๔๘.๑	การจัดอันดับความต้องการที่จะซื้อภาชนะถ้วยชามชนิดต่าง ๆ ของผู้บริโภค	๑๓๔
๔๘.๒	การจัดอันดับความต้องการซื้อภาชนะถ้วยชามชนิดต่าง ๆ ของกลุ่ม ผู้ประกอบการขายอาหาร	๑๓๕
๔๘.	ความเหมาะสมของภาชนะเมลามีนที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจและสังคม	๑๓๖



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการแผนภูมิประกอบ

แผนภูมิ

หน้า

๑.	โครงสร้างตลาดของภาชนะ เมลามีนตามลักษณะวงจรชีวิต	๓๔
๒.	อัตราส่วนตลาดของภาชนะถ้วยชามชนิดต่าง ๆ	๓๖
๓.	อัตราส่วนตลาดของผู้ผลิตภาชนะ เมลามีนชนิดสีเดียว	๓๗
๔.	อัตราส่วนตลาดของผู้ผลิตภาชนะ เมลามีนชนิดลวดลาย	๓๘
๕.	อัตราส่วนการส่งออกของผู้ผลิตภาชนะ เมลามีน	๕๗
๖.	แนวโน้มของกำลังผลิตภาชนะ เมลามีนตามความต้องการของตลาด ภายในประเทศ	๖๓

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย