

การศึกษาความชัดเจนของผู้บริโภค
เกี่ยวกับน้ำมันเครื่อง 2 ที ในเขตกรุงเทพมหานคร

นายปรีชา อนุสรณ์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2531

ISBN 974-569-070-8

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

014154

A STUDY ON CONSUMERS OPINION
TOWARD 2T AUTO LUBRICANT IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

MR. PREECHA CHANANUSORN

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1988

ISBN 974-569-070-8



พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

ปรัชญา จันอนุสรณ์ : การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับน้ำมันเครื่อง 2T ในเขตกรุงเทพมหานคร
 มหานคร (A STUDY ON CONSUMERS OPINION TOWARD 2T AUTO LUBRICANT IN
 BANGKOK METROPOLITAN AREA) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร. สมภาพ เจริญกุล, 150 หน้า.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคน้ำมันเครื่อง 2 ที คุณลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของน้ำมันเครื่อง 2 ที และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันเครื่อง 2 ที ตลอดจนหาแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมของน้ำมันเครื่อง 2 ที สำหรับรถจักรยานยนต์

ผลจากการวิจัยพบว่า ยี่ห้อน้ำมันเครื่อง 2 ที ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้มากที่สุด คือ คาสโตรอล รองลงมาได้แก่ เอลฟ์ เซลล์ และคาลเท็กซ์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันเครื่อง 2 ที นั้น ได้แก่ คุณภาพ หาซื้อง่าย ราคาและคำแนะนำจากช่างซ่อมรถจักรยานยนต์ นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันเครื่อง 2 ที ที่ใช้อยู่ นั่นหมายความว่า ผู้บริโภคมีความซื่อสัตย์ต่อตรายี่ห้อ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริโภคมีความพอใจในคุณภาพ ราคา และไม่กล้าลองใช้ยี่ห้ออื่นเพราะกลัวเครื่องยนต์เสีย สำหรับในเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพและราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที แต่ละยี่ห้อของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของน้ำมันเครื่อง 2 ที ยี่ห้อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมีความแตกต่างกัน ส่วนในด้านราคาจะเห็นได้ว่ามี 3 ยี่ห้อที่ผู้บริโภคมองเห็นว่าราคาค่อนข้างแพงเมื่อเทียบกับคุณภาพ คือ ยี่ห้อ เอลฟ์ เวลล์ออยล์ และ คิกแอสม ส่วน 8 ยี่ห้อที่เหลือผู้บริโภคมองเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชาบริหารธุรกิจ.....
 สาขาวิชาการตลาด.....
 ปีการศึกษา2531.....

ลายมือชื่อนิสิต
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

PREECHA CHANANUSORN : A STUDY ON CONSUMERS OPINION TOWARD 2T AUTO LUBRICANT IN BANGKOK METROPOLITAN AREA. ASSO. PROF. SOMPOP CHAROENKUL Ed. D 150 PP.

The objective of this thesis describes consumers opinion toward motor oil for 2 storke engine or "better known as "2T Auto Lube". The content of this thesis helps to outline the character of 2T Auto Lube target group, favourable factor of consumer's decision in choosing a particular brand of 2T Auto Lube right down to the marketing strategy that promotes the product in terms of quality and suitability for the engine.

Enlightened by the results we find that in the more popular brands were CASTROL, ELF, SHELL and CALTEX respectively and favourable factors of consumer's decision in choosing a particular brand were quality, availability, price and recommendation of maintenance engineer. In marketing sense towards market acceptability we find that most consumers have their brand loyalty due to the satisfaction with quality and price. Besides this consumers were reluctantly to switch to other brand because they were not certain with the quality of the new brand.

This market study was conducted in the market outlet of Bangkok metropolitan area where large numbers of the motorcycles consume oil. Unlike gasoline and LPG consumers find that each different brand of 2T Auto Lube has different bearing of properties and qualities that permitts the option in using. In term of price consumers find that some of the better known 3 brands such as ELF, VELOIL and DUCKHAM having a higher pricing index compaired to their quality set forth, where as 8 other brands find acceptability in pricing compaired to their quality.

ภาควิชา บริหารธุรกิจ
 สาขาวิชา การตลาด
 ปีการศึกษา 2531

ลายมือชื่อนิสิต *วศิว*
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *สมปอ*

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน
ท่านแรก คือ รองศาสตราจารย์ ดร. สมภพ เจริญกุล ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์ ท่านได้ให้คำแนะนำอย่างดียิ่งทั้งในฐานะอาจารย์ผู้สอน และที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์ ท่านที่สอง คือ คุณศุภกิจ ลากทวีโชค ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการ
ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อความสำเร็จใน
การเขียนวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของ
บริษัทผู้จัดจำหน่ายน้ำมันเครื่อง 2 ที ทุกท่าน ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้
ข้อมูลอันเป็นส่วนสำคัญในการศึกษา และผู้เขียนขอขอบคุณ บริษัทคาสโตรอล (ไทย
แลนด์) จำกัด ที่ให้ทุนในการทำวิจัยไว้ ๗ โอกาสนี้ด้วย

ปรีชา จันอนุสรณ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
มีนาคม 2531
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
• กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
รายการตารางประกอบ	ช

บทที่

1	บทนำ	1
	ความสำคัญในการศึกษา.....	1
	วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	3
	สมมุติฐานในการศึกษา.....	3
	ขอบเขตในการศึกษา.....	3
	วิธีการศึกษา.....	4
	วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	6
	วิธีการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูล.....	7
	วิธีประมวลผล.....	7
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา.....	8
2	อุตสาหกรรมน้ำมันเครื่อง	9
	ความต้องการน้ำมันเครื่อง 2 ที ในประเทศไทย.....	9
	จำนวนผู้ผลิต ผู้นำเข้าและผู้แทนจำหน่าย-	
	น้ำมันเครื่อง 2 ที.....	12
	กรรมวิธีการผลิตน้ำมันเครื่อง 2 ที.....	14
	การนำเข้าน้ำมันเครื่อง 2 ที จากต่างประเทศ.....	18

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	การตลาดน้ำมันเครื่อง 2 ที่	21
	ผลิตภัณฑ์.....	21
	การตั้งราคา.....	29
	วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา.....	32
	ปัจจัยกำหนดต้นทุน.....	33
	โครงสร้างของราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่.....	37
	ราคาจำหน่ายส่งและปลีก.....	38
	ช่องทางการจำหน่าย.....	40
	การส่งเสริมการจำหน่าย.....	46
	สถานการณ์ของตลาดน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ในปัจจุบัน.....	53
4	การวิเคราะห์ข้อมูล	57
	สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง.....	58
	พฤติกรรมในการใช้น้ำมันเครื่อง 2 ที่.....	61
	ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมัน- เครื่อง 2 ที่.....	67
	ความรู้สึของผู้บริโภคภายหลังจากการใช้น้ำมันเครื่อง 2 ที่.....	77
	แนวโน้มการเปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันเครื่อง 2 ที่.....	80
	การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพและราคาของ- น้ำมันเครื่อง 2 ที่.....	85
	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณลักษณะของน้ำมันเครื่อง 2 ที่.....	97
5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	98
	สรุปผลการวิจัย.....	98

สารบัญ (ต่อ)	หน้า
ข้อเสนอแนะแนวทางการวางแผนการตลาด- ของน้ำมันเครื่อง 2 ที.....	102
อุปสรรคต่าง ๆ ในการตลาดน้ำมันเครื่อง 2 ที.....	103
บรรณานุกรม.....	105
ภาคผนวก ก น้ำมันเครื่อง 2 ที.....	108
ภาคผนวก ข ความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพและราคาของน้ำมันเครื่อง 2 ที แต่ละยี่ห้อ.....	118
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม.....	141
ประวัติผู้เขียน.....	150

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการตารางประกอบ

ตารางที่		หน้า
1	แสดงสถิติรถจักรยานยนต์ที่นำมาจดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร	2
2	แสดงสถิติปริมาณการผลิตและการจำหน่ายรถจักรยานยนต์- ในประเทศ ปี 2517-2529	11
3	แสดงจำนวนผู้ผลิต ผู้นำเข้าและผู้แทนจำหน่ายน้ำมันเครื่อง 2 ที	13
4	แสดงแหล่งที่มาของน้ำมันพื้นฐานและสารเพิ่มคุณภาพของบริษัท- ผู้ผลิตและผู้นำเข้าน้ำมันเครื่อง 2 ที	19
5	แสดงอัตราภาษีของน้ำมันหล่อลื่นพื้นฐาน สารเพิ่มคุณภาพ และ- น้ำมันสำเร็จรูป	36
6	แสดงราคาขายส่งและขายปลีกระหว่างเมษายน พ.ศ. 2530	39
7	แสดงจำนวนปั้มน้ำมันต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ณ เดือน- ตุลาคม พ.ศ. 2529	41
8	แสดงจำนวนของช่องทางจำหน่ายที่เป็นนอกปั้มน้ำมันในเขต- กรุงเทพมหานคร	45
9	แสดงการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ	58
10	แสดงการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ	59
11	แสดงการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา	59
12	แสดงการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ	60
13	แสดงการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับรายได้	61
14	แสดงยี่ห้อน้ำมันเครื่อง 2 ที ที่ใช้ในปัจุบันของกลุ่มตัวอย่าง	62
15	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับยี่ห้อน้ำมันเครื่อง 2 ที ที่ใช้ใน- ปัจุบันของกลุ่มตัวอย่าง	63
16	แสดงการจัดอันดับของยี่ห้อน้ำมันเครื่อง 2 ที ที่ใช้ในปัจุบัน- ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามลักษณะของการใช้รถจักรยานยนต์	65

รายการตารางประกอบ (ต่อ)

หน้า

17	แสดงช่องทางการจำหน่ายน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ที่กลุ่มตัวอย่าง- เลือกซื้อ	66
18	แสดงปริมาณการซื้อน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง	67
19	แสดงปัจจัยสำคัญ 3 อันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ- เลือกซื้อน้ำมันเครื่อง 2 ที่	68
20	แสดงการจัดอันดับและความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัย- สำคัญ 3 อันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำมันเครื่อง 2 ที่	69
21	แสดงการจัดอันดับและความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยสำคัญ- 3 อันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำมันเครื่อง 2 ที่	72
22	แสดงการจัดอันดับและความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัย- สำคัญ 3 อันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำมันเครื่อง 2 ที่	74
23	ความรู้สึกละอายหลังการใช้ของผู้บริโภคต่อน้ำมันเครื่อง 2 ที่- แต่ละยี่ห้อ	79
24	แสดงแนวโน้มการเปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันเครื่อง 2 ที่	81
25	แสดงเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคไม่คิดจะเปลี่ยนไปใช้น้ำมัน- เครื่อง 2 ที่ ยี่ห้ออื่น	83
26	แสดงเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคไม่คิดจะเปลี่ยนไปใช้น้ำมันเครื่อง- 2 ที่ ยี่ห้ออื่นโดยจำแนกยี่ห้อน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ที่ใช้อยู่	84
27	แสดงจำนวนผู้ตอบไม่ทราบ และผู้ให้ความเห็นในแต่ละยี่ห้อ- จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำมันเครื่อง 2 ที่	85
28	แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำมัน- เครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อต่าง ๆ	87
29	แสดงจำนวนผู้ตอบไม่ทราบและผู้ให้ความเห็นแต่ละยี่ห้อจากการ- สำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ เมื่อเปรียบ เทียบกับคุณภาพ	90

รายการประกอบตาราง (ต่อ)

หน้า

30	แสดงค่าเฉลี่ยต่อวงน้ำหนักของความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมัน- เครื่อง 2 ที่ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	92
31	แสดงค่าเฉลี่ยต่อวงน้ำหนักของความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมัน- เครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผู้บริโภค ในแต่ละอาชีพ	94
32	แสดงค่าเฉลี่ยต่อวงน้ำหนักของความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมัน- เครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผู้บริโภค ในแต่ละระดับรายได้	96
33	แสดงถึงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณลักษณะของน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ที่ มีคุณภาพดี	97
34	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ คาสโตรอล เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	119
35	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เอสโซ่ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	120
36	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เชลล์ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	121
37	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ คาลเท็กซ์ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	122
38	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ ปตท. เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	123

รายการประกอบตาราง (ต่อ)

หน้า

39	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เอลห์ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	124
40	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ โมบิล เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	125
41	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เพนซอยล์ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	126
42	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เอลส์พี เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	127
43	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เวลล์ออยล์ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	128
44	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ ดีคแคม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามอาชีพ	129
45	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ คาสโตรอล เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามรายได้	130
46	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เอสโซ่ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามรายได้	131

รายการประกอบตาราง (ต่อ)

หน้า

47	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เซลล์ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้	132
48	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ คาลเท็กซ์ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้	133
49	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ ปตท. เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้	134
50	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เอลฟ์ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้	135
51	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ โมบิล เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้	136
52	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เพนซอล์ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้	137
53	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เอสทีพี เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้	138
54	แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ที่ ยี่ห้อ เวลล์ออยล์เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้	139

- 55 แสดงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันเครื่อง 2 ซีซีหือ
ดีกแถม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่าง
ตามรายได้



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย