

ทัศนคติของผู้บริโภคและพาสเจอร์ไรส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

นายจักรพันธ์ โพนินาม



ศูนย์วิทยะทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาการสาธารณสุข

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2525

ISBN 974-561-044-5

008088

ATTITUDE OF PASTEURIZED-MILK CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



MR. CHAKRAPAN POTHINAM

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirement for
the Degree of Master of Commercial

Department of Marketing

Graduate School

Chulalongkorn University

1982

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ทัศนคติของผู้นับถือโลกนพาศเจอร์ไรส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นายจักรพันธ์ โปธินาม

ภาควิชา

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมภพ เจริญกุล

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารศาสตรมหาบัณฑิต

[Signature]
.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุประภัสร์ บุญนาค)



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

[Signature]
..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ปรีชา วอนขอพร)

[Signature]
..... กรรมการ
(คุณทินกร สมภักดิ์)

[Signature]
..... กรรมการ
(อาจารย์ วราพงษ์ กาญจนภา)

[Signature]
..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมภพ เจริญกุล)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ :ทัศนคติของผู้บริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนิสิต : นายจักรพันธ์ โปชนาม
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมภพ เจริญกุล
ภาควิชา : การตลาด
ปีการศึกษา : 2524



บทคัดย่อ

อาหารนมมีแนวโน้มเป็นอาหารเพื่อการบริโภคมากขึ้น เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมได้เจริญก้าวหน้าขึ้น การบริโภคนมสดจะมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมชนิดอื่น ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรตลอดจนประชาชนเห็นคุณประโยชน์ของนมที่มีต่อร่างกาย สามารถใช้เป็นอาหารทดแทนพลังงานที่สูญเสียไปได้เป็นอย่างดี

นมพาสเจอร์ไรส์เป็นผลิตภัณฑ์นมที่อยู่ในรูปของนมสดแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมดื่มกันมาก และได้มีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ออกมาหลายยี่ห้อ ทำให้เกิดมีการแข่งขันกันมากในระหว่างผู้ผลิต ผู้เขียนสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของนมพาสเจอร์ไรส์เพื่อต้องการทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาอาจจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

วิธีการศึกษาครั้งนี้ ผู้เขียนได้ศึกษากับประชาชนที่บริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่ม มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และได้ใช้ข้อมูลสถิติภูมิจากแหล่งข้อมูลตามหน่วยราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทนี้ นำมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อตอบปัญหาเกี่ยวกับทางด้านผู้บริโภคในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาของทางการจำหน่าย การส่งเสริมการจำหน่ายและปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมของการประกอบธุรกิจประเภทนี้

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

1. ความแตกต่างของเพศ อายุ และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ในระดับน้อยมากที่สุด

2. ความแตกต่างของเพศ อายุ และการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ แต่ความแตกต่างของระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการพิจารณาเลือกชื้อนมพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละยี่ห้อ ยี่ห้อที่ผู้บริโภคชอบคิมนมมากที่สุดคือยี่ห้อไทย-เคนมาร์ค และเหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้พิจารณาเลือกชื้อมากที่สุดคือเหตุผลทางด้านราคา

3. ความแตกต่างระหว่างเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชื้อ แต่ความแตกต่างระหว่างรายได้และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชื้อ และพบว่าร้านค้าใกล้บ้าน เป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

4. ความแตกต่างระหว่างอาชีพ รายได้ การศึกษา และเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์โดยการขึ้นราคา และพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า จะชื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม และจะชื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง ในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก

5. ความแตกต่างของการศึกษา อายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการชื้อในแต่ละยี่ห้อที่คิมน แต่ความแตกต่างของรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการชื้อในแต่ละยี่ห้อที่คิมน และพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอัตราความถี่ในการชื้อ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ เป็นจำนวนมากที่สุด

6. ความแตกต่างของเพศ การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ในคานรสดชาด สี การใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุ

ความแตกต่างของเพศมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ในคานกลั่น แต่ความแตกต่างของการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์ในคานนี้

ความแตกต่างของเพศ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการค้ำนมพาสเจอร์ไรส์ในค่านประโยชน์ที่มีต่อร่างกาย แต่ความแตกต่างของการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ในค่านนี้ โดยเฉพาะในเรื่องนมพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้

นอกจากนั้นพบว่า รสหวาน สี และกลิ่นของนมสดตามธรรมชาติจะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากที่สุด อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังเห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า "การค้ำนมพาสเจอร์ไรส์นี้ช่วยเพิ่มพลาสมาบีให้สมบูรณ์" และ "การค้ำนมพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" ในเรื่องการใช้ถุงเป็นภาชนะบรรจุพบว่า ผู้บริโภคให้ความเห็นว่าให้ความสะดวกในการค้ำมากที่สุด

จากการวิจัยมีแนวความคิดในการเสนอแนะดังนี้

1. คำนผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตควรทำการศึกษาค้นคว้า เพื่อปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตที่สามารถจะยืดอายุของนมพาสเจอร์ไรส์ออกไปได้อีก และควรจะบอกวันหมดอายุของนมที่ข้างภาชนะที่ใสบรรจุไว้อย่างชัดเจน
2. คำนราคาของผลิตภัณฑ์ ราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ควรจะมีอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก เพื่อเป็นการรักษาสวนแบ่งของตลาดที่เคยยึดครองอยู่เอาไว้ และเป็นการแยกตัวออกจากคู่แข่งที่อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันได้เด่นชัดยิ่งขึ้น
3. คำนช่องทางจำหน่าย ควรกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังร้านค้าปลีกที่มีเครื่องทำความเย็นอย่างทั่วถึงมากขึ้นกว่าเดิม นอกจากนั้นช่องทางจำหน่ายที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ การให้บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน
4. การส่งเสริมการขาย ควรเพิ่มงบประมาณในค่านการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น โดยเฉพาะค่านโฆษณา เพื่อเป็นการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นที่อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันที่กำลังมีบทบาทสำคัญในตลาดขณะนี้

3

Thesis Title Attitude of Pasteurized-Milk Consumers in Bangkok
Metropolitan Area

Name Mr. Chakrapan Potinan

Thesis Advisors Assistant Professor Sompop Chareonkul, Ph.d

Department Marketing

Academic Year 1981

ABSTRACT

The purpose of this study was to survey the attitudes of the pasteurized-milk consumers in Bangkok area towards the pasteurized-milk products. The data obtained were used to answer the questions concerning the product, the price, the channel of distribution, and the sales promotion. The study also surveyed other related factors directly and indirectly affecting the pasteurized-milk business. It is expected that the study will contribute to the improvement of the pasteurized-milk product according to the requirements of the consumers.

For data collection, questionnaires were distributed to four hundred samples living in different parts of Bangkok. In addition, the study utilized the information from the government as well as the private sectors dealing with this business. Then the data were analyzed. The results were as follows:

1. The difference of sex, age, and profession had no relationship with the frequency of drinking pasteurized-milk. The drinking frequency of most consumers was in the lowest category.

2. The difference of sex, age, and education had no relationship with the preference of brand names. The educational level, however, correlated with the reason of buying a particular brand name. The most preferred brand is "Thai-Denmark". Most consumers considered price an important reason in buying.

3. The difference of sex had no relationship with place. The difference of income and profession, however, had relationship with place. The retail shop near one's house was most popular.

4. The difference of profession, income, education, and sex did not correlate with the attitudes towards the price increase. The ratio of consumers continuing buying at the same quantity and those buying at less quantity after price increase was relatively equal.

5. The difference of education, age, and profession correlated with the buying frequency of each brand. However, the difference of income did not correlate with the buying frequency of each brand. Most consumers bought once a week.

6. The difference of sex, education did not correlate with the selection of taste, colour, and packaging of pasteurized-milk. The difference of sex correlated with the selection of smell, while the difference of education did not.

๑

The difference of sex, education correlated with the opinions concerning its usefulness to health, while the difference of education did not, especially opinions that pasteurized-milk could be a substitute of other food products.

Sweet taste, colour, and natural smell of pasteurized-milk were well accepted by consumers. Most consumers agreed to the saying that "drinking pasteurized-milk is good for health" and "drinking milk is a substitute of other food products." As to packaging, most respondents considered that plastic bag is most convenient for drinking.

From the study, the following suggestions were made:

1. Product. The producers should study how to prolong the expired date. And the date expired should be clearly shown on the container.
2. Price. To keep the market share, price should not be too high to be distinguished from those of competitors.
3. Distribution channel. The products should be distributed to more retailers having freezers. Door to door service should be used.
4. Sales promotion. More investment in sales promotion should be considered.

กิติกรรมประกาศ



ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ ผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.สมภพ เจริญกุล อาจารย์ผู้ควบคุมการวิจัย ซึ่งได้ตลอดเวลาอันมีค่าในการ
ให้คำแนะนำ ตลอดจนตรวจและแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงไปภายใต้ ขอกราบ
ขอบพระคุณ คุณทินกร คมกฤช ผู้อำนวยการองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ปรีชา วอนขอพร และ อาจารย์วรภาพษ์ กาญจนภา คณะกรรมการ
ตรวจวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาตรวจสอบแก้ไขให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความเรียบร้อยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ได้รับเงินทุนอุดหนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัย
แห่งชาติ ผู้เขียนจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

การวิจัยนี้ได้รับความสำเร็จโดยความร่วมมือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุนันท์
พลโกสุม อาจารย์สำนักงานทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุเมธ วัชรชัยสุรพล อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรม
คอมพิวเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และผู้เขียนใคร่
ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงต่อทุก ๆ ท่านที่มีโอกาสอ่านในสิ่งที่ให้ความช่วยเหลือในการเขียน

จักรพันธ์ โพนินาม

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ข
รายการตารางประกอบ	ฅ
รายการตารางภาพ	๗
บทที่	
1. บทนำ	1
2. อุตสาหกรรมการแปรรูปแป้งเจอร์โรส	6
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	21
4. สรุปและขอเสนอแนะ	137
บรรณานุกรม	147
ภาคผนวก	149
ประวัติผู้เขียน	162

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตารางแสดงกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตเมล็ดพืชไวรัส สเทอริไรส์ และเมล็ดพันธุ์พาสเจอร์ไรส์ พ.ศ. 2519-2522 ของ ผู้ผลิตที่ส่งผลิตภัณฑ์มาขายในเขตกรุงเทพมหานคร	11
2 ตารางแสดงการเปรียบเทียบราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์พาสเจอร์ไรส์ ...	20
3 ตารางแสดงเขตที่อยู่ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม	22
4 ตารางแสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม	23
5 ตารางแสดงรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้	24
6 ตารางแสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม	25
7 ตารางแสดงระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม	26
8 ตารางแสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม	27
9 ตารางแสดงขนาดของเมล็ดพาสเจอร์ไรส์ในกลุ่มตัวอย่างกิน	28
10 ตารางแสดงความคิดเห็นในการดื่มเมล็ดพาสเจอร์ไรส์ต่ออาทิตย โดยจัดระดับ ความดี	30
11 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความดีในการดื่มเมล็ดพาสเจอร์ไรส์ ต่ออาทิตย โดยจัดระดับความดี	31
12 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับความดีในการดื่มเม พาสเจอร์ไรส์ใน 1 อาทิตย โดยจัดระดับความดี	33
13 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความดีในการดื่มเมล็ดพาสเจอร์ไรส์ ใน 1 อาทิตย โดยจัดระดับความดี	35
14 ตารางแสดงยี่ห้อของเมล็ดพาสเจอร์ไรส์ในกลุ่มตัวอย่างเคยกิน	38
15 ตารางแสดงยี่ห้อของเมล็ดพาสเจอร์ไรส์ในกลุ่มตัวอย่างชอบดื่มมากที่สุด	39

ตารางที่	หน้า
16 ตารางแสดงเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรส์	40
17 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความชอบมากที่สุดของการดื่มนมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ	41
18 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับความชอบมากที่สุดของการดื่มนมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ	43
19 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความชอบมากที่สุดของการดื่มนมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ	46
20 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลสำคัญในการพิจารณาซื้อนมพาสเจอร์ไรส์	48
21 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ	50
22 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรส์	53
23 ตารางแสดงสถานที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ของกลุ่มตัวอย่าง	56
24 ตารางแสดงจำนวนครั้งในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง	57
25 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกสถานที่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์	58
26 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับการเลือกสถานที่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์	61
27 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเลือกสถานที่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์	63
28 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปริมาณการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละครั้ง	65

ตารางที่	หน้า
29	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณการซื้อแมพาสเจอร์ไรต์ในแต่ละครั้ง 67
30	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปริมาณการซื้อแมพาสเจอร์ไรต์ในแต่ละครั้ง 69
31	ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาแมพาสเจอร์ไรต์ขนาดเล็ก 72
32	ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของแมพาสเจอร์ไรต์ขนาดใหญ่ . 74
33	ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของแมพาสเจอร์ไรต์ของกลุ่มตัวอย่าง 76
34	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของแมพาสเจอร์ไรต์ 78
35	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของแมพาสเจอร์ไรต์ 81
36	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของแมพาสเจอร์ไรต์ 84
37	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของแมพาสเจอร์ไรต์ 86
38	ตารางแสดงความคิดเห็นในการซื้อแมพาสเจอร์ไรต์ใน 1 อาทิตย์ของกลุ่มตัวอย่าง 89
39	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นในการซื้อแมพาสเจอร์ไรต์ 91
40	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับความคิดเห็นในการซื้อแมพาสเจอร์ไรต์ 93
41	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นในการซื้อแมพาสเจอร์ไรต์ 97
42	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับความคิดเห็นในการซื้อแมพาสเจอร์ไรต์ 101

ตารางที่	หน้า
43	ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรสชาติของเนยพาสเจอร์ไรส์ของกลุ่มตัวอย่าง 107
44	ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของเนยพาสเจอร์ไรส์ของกลุ่มตัวอย่าง 108
45	ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของเนยพาสเจอร์ไรส์ของกลุ่มตัวอย่าง 109
46	ตารางแสดงความคิดเห็นของคำกล่าวหา "การกินเนยพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาสมาบีโกลัสบูรณ" 110
47	ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคำกล่าวหาว่า "การกินเนยพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" 111
48	ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สูง เป็นภาชนะบรรจุเนยพาสเจอร์ไรส์ของกลุ่มตัวอย่าง 112
49	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความชอบมากที่สุดในการรสชาติต่าง ๆ ของเนยพาสเจอร์ไรส์ 113
50	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความชอบมากที่สุดในการรสชาติต่าง ๆ ของเนยพาสเจอร์ไรส์ 115
51	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสีของเนยพาสเจอร์ไรส์ 117
52	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของเนยพาสเจอร์ไรส์ 119
53	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของเนยพาสเจอร์ไรส์ 121
54	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของเนยพาสเจอร์ไรส์ 123
55	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นต่อคำกล่าวหาว่า "การกินเนยพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาสมาบีโกลัสบูรณ" 125

ตารางที่

หน้า

56	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคำกล่าวที่ว่า "การคุมกำเนิดเจอร์โรสสามารถทดแทนอาหารอื่นได้"	127
57	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นของคำกล่าวที่ว่า "การคุมกำเนิดเจอร์โรสช่วยเพิ่มพละอนามัยให้สมบูรณ์" ..	129
58	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับคำกล่าวที่ว่า "การคุมกำเนิดเจอร์โรสสามารถทดแทนอาหารอื่นได้"....	131
59	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุเมล็ดเจอร์โรส	133
60	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุเมล็ดเจอร์โรส	135



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตารางภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1 ภาพแสดงขบวนการผลิต	13
2 ภาพแสดงขบวนการผลิตนมสเตอริไรส์ระบบ ยู เอช ที	15
3 แผนผังแสดงวิถึตลาดของอุตสาหกรรมนมสดและนมกึ่งรูปพาสเจอร์ไรส์	18



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย