



ความคิดเห็นของผูบริโภคน้ำมันพืชและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะนำข้อมูลที่ไดจากการออกแบบสอบถามบุคคลประเภทต่าง ๆ ในเขต กรุงเทพมหานคร มาทำการวิเคราะห์ ทดสอบสมมุติฐาน และ สรุปผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ชั้นปฐมภูมิ (Primary Data) โดยวิธีการออกแบบสอบถามและใช้พนักงานสัมภาษณ์ การสุ่มตัวอย่างเป็นแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แต่พยายามกระจายพื้นที่และกลุ่มประเภทของผู้ถูกสัมภาษณ์ในเขตกรุงเทพมหานครให้มากที่สุด เพื่อให้ได้เป็นตัวแทนของประชากรที่ดี สำหรับระยะเวลาในการสัมภาษณ์เริ่มระหว่างวันที่ 1-31 สิงหาคม 2524 ส่วนแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะ เป็นคำถามแบบที่กหนดคำตอบไว้แล้ว (Multiple Choice) นอกจากนี้ยังมีแบบแสดงความคิดเห็นลงในช่องว่างที่ให้ไว้ และแบบเรียงลำดับความสำคัญ โดยจะครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์และสมมุติฐานต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะข้อมูลทั่ว ๆ ไปของผู้ตอบ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว
2. ความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อสินค้า ราคา การจางจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ของบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่าย
3. การเลือกยี่ห้อและการตัดสินใจซื้อมันพืชแต่ละยี่ห้อ
4. ความต้องการของผู้ตอบทางด้าน รสชาติ กลิ่น และวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิต
5. อิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ
6. ความนิยมในการใช้น้ำมันพืชและน้ำมันหมูของผู้ตอบทั้งในปัจจุบันและอนาคต

หมายเหตุ

1. ข้าราชการ หมายถึง ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ ข้าราชการตุลาการ ข้าราชการกรุงเทพมหานคร ครู (ร.ร.รัฐบาล) อาจารย์มหาวิทยาลัย แพทย์ พยาบาล ประจำ

โรงพยาบาลของรัฐ และ ข้าราชการบำนาญ

2. ค้าขาย หมายถึง ผู้ที่มีกิจการค้าขายสินค้า หรือบริการของตนเองและกับญาติสนิทรวมทั้งแม่ค้าหาบเร่ควย
3. รับจ้าง หมายถึง ผู้ใช้แรงงาน และความชำนาญของตนเอง เช่น กรรมกรเจ้าของและพนักงานร้านค้าเย็บเสื้อผ้า ร้านเสริมสวย พนักงานรัฐวิสาหกิจ และครู (ร.ร.ราษฎร์) เป็นต้น
4. ทำงานบริษัท หมายถึง พนักงานห้างร้านและบริษัทต่าง ๆ เช่น บริษัทการเงิน ธนาคาร ห้างหุ้นส่วน และ บริษัทจำกัด
5. อื่น ๆ หมายถึง กลุ่มอาชีพอื่น ๆ ที่ไม่ได้จัดอยู่ในอาชีพใดอาชีพหนึ่งดังกล่าวข้างต้น เช่น พวกแม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น
6. อัตราเปอร์เซ็นต์ บรรทัดแรกเป็นอัตราเปอร์เซ็นต์ของแต่ละประเภทของตัวแปร ส่วนอัตราเปอร์เซ็นต์บรรทัดที่สองเป็นอัตราเปอร์เซ็นต์ของแต่ละสังคม

ตารางของข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ

		จำนวน	ร้อยละ
<u>เพศ</u>	ชาย	57	11.4
	หญิง	443	88.6
<u>อายุ</u>	ไม่เกิน 24 ปี	80	16.0
	25 - 34 ปี	308	61.6
	35 ปี ขึ้นไป	112	22.4
<u>ผู้ตอบทั้งหมด</u>		500	100

ตารางข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ (ต่อ)

	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษา		
ไม่เกิน ป.7	90	18.0
ม.ศ. 3 - อนุปริญญา	226	45.2
อุดมศึกษา	184	36.8
ขนาดของครอบครัว		
ไม่เกิน 4 คน	183	36.6
5 คน ขึ้นไป	317	63.4
อาชีพ		
รับจ้าง	96	19.2
ค้าขาย	60	12.0
รับราชการ	150	30.0
ทำงานบริษัท	148	29.0
อื่น ๆ	46	9.2
รายได้/ครอบครัว		
ไม่เกิน 5,999 บาท	206	41.2
6,000 - 9,999 บาท	118	23.6
10,000 บาท ขึ้นไป	176	35.2

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ตารางข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบที่ได้ทำการศึกษานี้ เป็นการศึกษาถึงลักษณะทั่ว ๆ ไป ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้ เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินชีวิตส่วนตัวของผู้ตอบอย่างกว้าง ๆ อันจะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านข้อคิดเห็นของผู้ตอบ

ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมด 500 ราย มีผู้ตอบเป็นเพศชายร้อยละ 11.4 เพศหญิง ร้อยละ 88.6

การกระจายอายุของผู้ตอบ อายุ 25-34 ปี มีผู้ตอบมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 61.6 รองลงมา คือ อายุมากกว่า 34 ปี ร้อยละ 22.4 และไม่เกิน 24 ปี ร้อยละ 16.0

การศึกษาที่มีผู้ตอบมากที่สุดคือผู้ที่มีการศึกษาระดับปานกลาง หรือมีการศึกษาใน ชั้น ม.ศ.3-อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาเป็นการศึกษาในระดับสูงหรือชั้นอุดมศึกษา ร้อยละ 36.8 และในชั้นต่ำหรือการศึกษาไม่เกิน ป.7 ร้อยละ 18.0

ขนาดของครอบครัว ครอบครัวขนาดใหญ่หรือมีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 4 คน มีผู้ตอบมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 63.4 ส่วนที่เหลือเป็นผู้ตอบที่มีสมาชิกในครอบครัวไม่เกิน 4 คน หรือร้อยละ 36.6

อาชีพ อาชีพรับราชการมีผู้ตอบมากที่สุดร้อยละ 30.0 รองลงมาได้แก่ ทำงานบริษัท ร้อยละ 29.0 และรับจ้างร้อยละ 19.2

รายได้ต่อครอบครัว ผู้มีรายได้ไม่เกิน 5,999 บาท ตอบมากที่สุด ร้อยละ 41.2 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้มากกว่า 9,999 บาท หรือร้อยละ 35.2

สรุปแล้วมีผู้ตอบที่เป็นเพศหญิงมาก ว่าเพศชาย ทั้งนี้เพราะลักษณะของสินค้าเกี่ยวกับการประกอบอาหารในครัวเรือนซึ่งเป็นหน้าที่ของคุณสุภาพสตรีเป็นส่วนใหญ่ ทางด้านอายุ ส่วนใหญ่จะมีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป เพราะอายุในเกณฑ์ดังกล่าวส่วนมากจะมีครอบครัวแล้ว



ส่วนอาชีพผู้ตอบที่มีอาชีพรับราชการและทำงานบริษัทตอบกันมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีผู้ประกอบการอาชีพดังกล่าวกันมาก และผู้ประกอบการอาชีพดังกล่าว
ไม่ค่อยจะมีเวลามากนักส่วนใหญ่จะใช้น้ำมันพืชในการประกอบอาหารเนื่องจากสะดวกและ
ประหยัดเวลา

ผลจากการวิเคราะห์มีดังนี้



ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 แสดงถึงการใช้น้ำมันพืช น้ำมันหมู เนย และอื่น ๆ ของผู้คอม แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-อนุปริญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	790	88	702	133	477	180	139	364	287	284	506	156	92	245	219	78	331	191	268
	100	11.1	88.9	16.8	60.4	22.8	17.6	46.1	36.3	35.9	64.1	19.8	11.6	31.0	27.7	10.0	41.9	24.2	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ใช้น้ำมันพืช	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	186	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.1	19.9	14.0	45.9	40.1	39.4	60.6	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
	55.9	63.6	55.0	56.4	58.5	48.9	44.6	55.8	61.7	61.3	53.0	51.9	44.6	58.4	64.4	46.2	56.2	55.5	56.0
ใช้น้ำมันหมู	327	32	295	52	187	88	76	154	97	101	226	69	51	95	72	40	138	83	106
	100	9.8	90.2	15.9	57.2	26.9	23.2	47.1	29.7	30.9	69.1	21.1	15.6	29.1	22.0	12.2	42.2	25.4	32.4
	41.4	36.4	42.0	39.1	39.2	48.9	54.7	42.3	33.8	35.5	44.7	44.2	55.4	38.8	32.9	51.3	41.7	43.5	39.6
โรเนย	19	-	19	5	11	3	1	5	13	8	11	6	-	6	6	1	6	2	11
	100	-	100	26.3	57.9	15.8	5.3	26.8	68.4	42.1	57.9	31.6	-	31.6	31.6	5.2	31.6	10.5	57.9
	2.4	-	2.7	3.8	2.3	1.6	0.7	1.4	4.5	2.8	2.2	3.8	-	2.4	2.7	1.3	1.8	1.0	4.0
โรอื่น ๆ	2	-	2	1	-	1	-	2	-	1	1	-	-	1	-	1	1	-	1
	100	-	100	50.0	-	50.0	-	100	-	50.0	50.0	-	-	50.0	-	50.0	50.0	-	50.0
	0.3	-	0.3	0.7	-	0.6	-	0.5	-	0.4	0.2	-	-	0.4	-	1.3	0.3	-	0.4

จากตารางที่ 4.1 ในจำนวนผู้คอมทั้งหมด มีผู้คอมว่าใช้น้ำมันพืชเป็นส่วนมากคิดเป็นร้อยละ 55.9 รองลงมาคือการใช้ไขมันหมูร้อยละ 41.4 โรเนยร้อยละ 2.4 อื่น ๆ ร้อยละ 0.3

วิเคราะห์แยกตามเพศ มีผู้คอมที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 88.9 และ 11.1 ตามลำดับ และในจำนวนผู้คอมทั้งเพศชายและเพศหญิง คอมนว่า เคยใช้น้ำมันพืชมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 63.6 และ 55.0 รองลงมาคือการใช้ไขมันหมูร้อยละ 36.4 และ 42.0

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ส่วนใหญ่คอมนว่าเคยใช้น้ำมันพืช จะมีก็เพียงผู้คอมที่มีระดับการศึกษาไม่เกิน 7 ปี คอมนว่าเคยใช้น้ำมันหมูมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือใช้น้ำมันพืชร้อยละ 44.6 กับผู้คอมที่มีอาชีพค้าขายและอาชีพอื่น ๆ (ส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน) คอมนว่าเคยใช้น้ำมันหมูมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.4 และ 51.3 และที่น่าสนใจก็คือผู้คอมว่าเคยโรเนย จะมีผู้คอมที่มีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา คอมนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 68.4 รองลงมาคือการศึกษาระดับ ม.ศ.3 - อนุปริญา ร้อยละ 26.3

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงการไถ่จำนนหรือเป็นประจำ ไร้เป็นบางครั้ง และไม่เคยไร้เลย ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศ ชาย การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-อนุปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	500	57	443	80	308	112	90	226	184	183	317	96	60	150	148	46	206	118	176
	100	11.4	88.6	16.0	61.6	22.4	18.0	45.2	36.8	36.6	63.4	19.3	12.0	30.0	29.0	9.2	41.2	33.6	35.2
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ไร้เป็นประจำ	226	32	194	40	153	33	18	96	112	100	126	38	15	76	90	7	87	48	91
	100	14.2	85.8	17.7	67.7	14.6	8.0	42.5	49.6	44.2	55.8	16.8	6.6	33.6	39.8	3.1	38.5	21.2	40.3
	45.2	56.1	43.8	50.0	49.7	29.5	20.0	42.5	60.9	54.6	39.8	39.6	25.0	50.7	60.8	15.2	42.2	40.7	51.1
ไร้เป็นบางครั้ง	216	24	192	35	127	54	44	107	65	73	143	42	27	67	51	29	98	59	59
	100	11.1	88.9	16.2	58.8	25.0	20.4	49.5	30.1	33.8	66.2	19.4	12.5	31.0	23.6	13.4	45.4	27.3	27.3
	43.2	42.1	43.3	43.8	41.2	48.2	48.9	47.3	35.3	39.9	45.1	43.9	45.0	44.7	34.5	63.0	47.6	50.0	33.5
ไม่เคยไร้เลย	58	1	57	5	28	25	28	23	7	10	48	16	18	7	7	10	21	11	26
	100	1.7	98.3	8.6	48.3	43.1	48.3	39.7	12.0	17.2	82.8	27.6	31.0	12.1	12.1	17.2	36.2	19.0	44.8
	11.6	1.8	12.9	6.2	9.1	22.3	31.1	10.2	3.8	5.5	15.1	16.7	20.0	4.7	4.7	21.8	10.2	9.3	14.8

จากตารางที่ 4.2 ปรากฏว่าผู้ตอบว่าไถ่จำนนหรือเป็นประจำมากที่สุดคือเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคือไม่เคยไร้เป็นบางครั้งร้อยละ 43.2 และตอบว่าไม่เคยไร้เลยมีเพียงร้อยละ 11.6

วิเคราะห์แยกตามเพศ ทั้งเพศชายและเพศหญิง พบว่าไถ่จำนนหรือเป็นประจำมากที่สุดคือเป็นร้อยละ 56.1 และ 43.8 รองลงมาคือไร้เป็นบางครั้งร้อยละ 42.1 และ 43.3

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ส่วนใหญ่ตอบว่าไถ่จำนนหรือเป็นประจำ และไร้เป็นบางครั้ง เป็นลำดับที่ 1 และ 2 ตามกัน ในอัตราส่วนร้อยละที่ใกล้เคียงกัน จะมีคนตอบที่มีการศึกษาระดับไม่เกิน 7 ปี ตอบว่าไร้เป็นบางครั้ง เป็นอันดับแรก หรือร้อยละ 48.9 รองลงมาคือไม่เคยไร้เลย ร้อยละ 31.1 และไร้เป็นประจำร้อยละ 20.0 กับผู้ตอบที่มีอาชีพค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ ตอบว่าไถ่จำนนหรือเป็นประจำเป็นลำดับที่ 1 ไร้เป็นประจำเป็นลำดับที่ 2 ในอัตราส่วนร้อยละที่แตกต่างก็มาก คือ ตอบว่าไร้เป็นบางครั้งร้อยละ 45.0 และ 63.0 ไร้เป็นประจำร้อยละ 25.0 และ 15.2 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีเพียงไม่กี่คนที่ได้กากรกระจายหางานการศึกษ และอาชีพ ของผู้ตอบว่าไม่เคยไร้เลยมีผู้ตอบที่มีการศึกษาไม่เกิน 7 ปี ตอบมากที่สุดคือเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือระดับ ม.ศ.3 - อนุปริญญา ร้อยละ 39.7 ส่วนอาชีพค้าขายมีผู้ตอบมากที่สุดร้อยละ 31.0 รองลงมาคือรับจ้างร้อยละ 27.6 และอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 17.2 ซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบที่มีการศึกษาและอาชีพกึ่งกลาง การตอบในข้ออื่น ๆ และโดยส่วนรวมแล้วมีอัตราส่วนร้อยละตรงกันรวมทั้งการตอบในข้อนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงถึงเหตุผลในการใช้ไขมันหมูของผู้ใช้ไขมันหมู แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-23 ปี	มากกว่า 24 ปี	ไม่เกิน ป.7	มศ.3 - จบปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่นๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	591	44	547	73	320	198	194	249	148	165	126	113	150	133	104	91	243	151	197
	100	7.4	92.6	12.4	54.1	33.5	32.8	42.1	25.1	27.9	72.1	19.1	25.4	22.5	17.6	15.4	41.1	25.6	33.3
	111	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ชายให้รสอาหารดีขึ้น	203	18	185	26	110	67	58	78	67	58	145	37	44	49	41	32	88	50	65
	100	8.9	91.1	12.8	54.2	33.0	28.6	38.6	33.0	28.6	71.4	18.2	21.7	24.1	20.2	15.8	43.4	24.6	32.2
	34.4	40.9	33.8	35.6	34.4	33.9	29.9	31.3	45.3	35.2	34.0	32.7	29.3	36.8	39.4	35.2	36.1	33.1	33.0
2. ไม่ทำให้เสียรสชาติ	123	6	117	11	69	43	42	58	23	30	93	24	38	23	21	17	35	39	45
	100	4.9	95.1	8.9	56.1	35.0	34.1	47.2	18.7	24.4	75.6	19.5	30.9	18.7	17.1	13.8	31.7	31.7	36.6
	20.8	13.6	21.4	15.1	21.5	21.7	21.7	23.3	15.5	18.2	21.8	21.2	25.3	17.3	20.2	18.6	16.1	25.8	22.8
3. ราคาถูก	55	5	50	9	23	23	25	22	8	19	36	6	23	6	8	12	26	16	13
	100	9.1	90.9	16.4	41.8	41.8	45.5	40	14.5	34.5	65.5	10.9	41.8	10.9	14.6	21.8	47.3	29.1	23.6
	9.3	11.4	9.2	12.3	7.2	11.6	12.9	8.8	5.4	11.5	8.5	5.3	15.3	4.5	7.7	13.2	10.7	10.6	6.6
4. ความเค็มขึ้น	200	14	186	24	112	64	67	85	48	52	148	43	45	50	32	30	84	43	73
	100	7.0	93.0	12.0	56.0	32.0	33.5	42.5	24.0	26.0	74.0	21.5	22.5	25.0	16.0	15.0	42.0	21.5	36.5
	33.8	31.8	24.0	32.9	35.0	32.3	34.5	34.1	32.4	31.5	34.7	38.1	30.0	37.6	30.8	33.0	34.6	28.5	27.1
5. ไม่เป็นอันตราย	6	1	5	-	5	1	2	3	1	4	2	3	-	1	2	-	2	3	1
	100	16.7	83.3	-	83.3	16.7	33.3	50.0	16.7	66.7	33.3	50.0	-	16.7	33.3	-	33.3	50	16.7
	1.0	2.3	0.9	-	1.6	0.5	1.0	1.2	0.7	2.4	0.5	2.7	-	0.8	1.9	-	0.8	2.0	0.5
6. อื่น ๆ	4	-	4	2	1	-	-	3	1	2	2	-	-	4	-	-	4	-	-
	100	-	100	75.0	25.6	-	-	75.0	25.0	50.0	50.0	-	-	100	-	-	4	-	-
	0.7	-	0.7	4.1	0.3	-	-	1.2	0.7	1.2	0.5	-	-	3.00	-	-	1.6	-	-

จากตารางที่ 4.3 มีผู้ให้เหตุผลว่าช่วยให้อาหารดีขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาคือความเค็มขึ้นร้อยละ 33.8 และไม่ทำให้เสียรสชาติร้อยละ 20.8

วิเคราะห์แยกตามเพศ เพศชายตอบว่าช่วยให้อาหารดีขึ้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาคือความเค็มขึ้นร้อยละ 31.8 และไม่ทำให้เสียรสชาติร้อยละ 13.6 ส่วนเพศหญิงตอบว่าใช้เพราะความเค็มขึ้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือช่วยให้อาหารดีขึ้นร้อยละ 33.8 ไม่ทำให้เสียรสชาติร้อยละ 21.4

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว และรายได้/ครอบครัวแล้ว มีผู้ตอบว่าไขมันหมูเพราะช่วยให้อาหารดีขึ้น และเพราะความเค็มขึ้นมากกว่ากันในด้านที่ใกล้เคียงกันมาก เช่น เพศชายตอบว่าช่วยให้อาหารดีขึ้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.8 เพศหญิง ตอบว่าช่วยให้อาหารดีขึ้นมากที่สุดร้อยละ 33.8 รองลงมาคือความเค็มขึ้นร้อยละ 34.0 ส่วนที่ตอบว่าช่วยให้อาหารดีขึ้นมีเพศหญิงตอบร้อยละ 91.1 และผู้มีอายุระหว่าง 25 - 34 มีตอบมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 94.2 เป็นต้น

ตารางที่ 4.4 แสดงถึงเหตุผลในการใช้น้ำมันพืชของผู้ใช้ แยกตาม เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-35 ปี	มากกว่า 24 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-อนุปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	181 100 100	96 14.1 100	585 85.9 100	106 15.6 100	434 63.7 100	141 20.7 100	96 14.1 100	294 43.2 100	291 42.7 100	275 40.4 100	406 59.6 100	121 17.8 100	75 11.0 100	206 30.2 100	226 33.2 100	53 7.8 100	271 39.8 100	157 23.1 100	253 37.1 100
1. สะดวกในการใช้	321 100 47.1	44 13.7 45.8	277 86.3 47.4	46 14.3 43.4	206 64.2 47.5	69 21.5 48.9	51 15.9 53.1	138 43.0 46.9	132 41.1 45.4	134 41.7 48.7	187 58.3 46.1	55 17.1 45.5	38 11.8 50.6	98 30.5 47.6	101 31.5 44.7	29 9.1 54.7	132 41.1 48.7	78 24.3 49.7	111 34.6 43.9
2. ประหยัดเวลา	131 100 19.2	22 16.8 22.8	109 83.2 18.6	23 17.6 21.7	80 61.1 18.4	28 21.3 20.0	19 14.5 19.7	57 43.5 19.4	55 42.0 18.9	51 38.9 18.5	28 61.1 19.7	23 17.6 19.0	24 18.3 32.0	34 25.9 16.5	46 35.1 20.4	4 3.1 7.5	50 38.2 18.5	32 24.4 20.4	49 37.4 19.4
3. ราคาพืชอาหารดีขึ้น	21 100 3.1	1 4.8 1.1	20 95.2 3.4	2 9.5 1.9	15 71.4 3.5	4 19.1 2.8	5 23.8 5.2	11 52.4 3.7	5 23.8 1.7	10 47.6 3.6	11 52.4 2.7	3 14.2 2.5	2 9.5 2.7	6 28.6 2.9	6 28.6 2.6	4 19.1 7.5	10 47.6 3.7	7 33.3 4.5	4 19.1 1.6
4. ไม่ทำให้ไขมันในเส้นเลือดเพิ่มมากขึ้น	170 100 25.0	27 15.9 28.1	143 84.1 24.4	29 17.1 27.4	110 64.7 25.3	31 18.2 22.0	12 7.1 12.5	66 38.8 22.5	92 54.1 31.6	69 40.6 25.2	101 59.4 24.9	32 18.8 26.3	8 4.7 10.7	55 32.4 26.7	66 38.8 29.2	9 5.3 17.0	60 35.3 22.1	32 18.8 20.4	78 45.9 30.8
5. ใช้สำหรับน้ำมันหมู	12 100 1.8	- - -	12 100 2.1	2 16.7 1.9	6 50.0 1.4	4 33.3 2.8	4 33.3 4.2	6 50.0 2.0	2 16.7 0.7	5 41.7 1.8	7 58.3 1.7	3 25 2.5	1 8.3 1.3	6 50.0 2.9	- - -	2 16.7 3.8	6 50.0 2.2	4 33.3 2.4	2 16.7 0.8
6. ไม่อ้วน	9 100 1.3	1 11.1 1.1	8 88.1 1.4	- - -	8 88.9 1.8	1 11.1 0.7	1 11.1 1.1	4 44.4 1.4	4 44.4 1.4	2 22.2 0.7	7 77.8 1.7	2 22.2 1.7	2 22.2 2.7	2 22.2 1.0	3 33.3 1.3	- - -	4 44.5 1.5	2 22.2 1.3	3 33.3 1.2
7. อื่น ๆ	17 100 2.5	1 5.9 1.1	16 94.1 2.7	4 23.5 3.7	9 53.0 2.1	4 23.5 2.8	4 23.5 4.2	12 70.6 4.1	1 5.9 0.3	4 23.5 1.5	13 76.5 3.2	3 17.7 2.5	- - -	5 29.4 2.4	4 23.5 1.8	5 29.4 9.5	9 52.9 3.3	2 11.8 1.3	6 35.3 2.3

จากตารางที่ 4.4 มีผู้ตอบว่าสะดวกในการใช้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาคือไม่ทำให้ไขมันในเส้นเลือดเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 25.0 และประหยัดเวลาร้อยละ 19.2

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว ผู้ตอบทุกรายตอบว่าสะดวกในการใช้มากที่สุด และรองลงมาคือไม่ทำให้ไขมันในเส้นเลือดเพิ่มมากขึ้น และประหยัดเวลามากที่สุด และมีผู้ตอบว่าไม่ทำให้ไขมันในเส้นเลือดเพิ่มมากขึ้นเป็นผู้ตอบที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาคือระดับการศึกษา ม.ศ.3-อนุปริญญาร้อยละ 38.8 และการศึกษาไม่เกิน 7 ปี มีเพียงร้อยละ 7.1 เท่านั้น

ตารางที่ 4.5 แสดงถึงเหตุผลในการใช้บ้านนิตยเป็นบางครั้งของผู้ตอบ แบบตาม เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบไข่มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3- จบปริญญา	จบศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000- 9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	242	25	217	40	142	60	49	122	71	92	150	47	23	75	61	36	107	71	64
	100	10.3	89.7	16.5	58.7	24.8	20.2	50.5	29.3	38.0	62.0	19.4	9.5	31.0	25.2	14.9	44.2	29.3	26.5
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1.คุณภาพยังไม่แน่นอน	61	10	51	8	42	11	1	37	23	24	37	14	-	21	21	5	26	17	18
	100	16.4	83.6	13.1	68.9	18.0	1.6	60.7	37.7	39.3	60.7	23.0	-	34.4	34.4	8.3	42.6	27.9	29.5
	25.2	40.0	23.5	20.0	29.6	18.2	2.0	30.4	32.4	26.1	24.7	29.8	-	28.0	34.4	13.9	24.3	23.9	28.1
2.มักเปลี่ยนราคาบ่อย	27	2	25	6	14	7	4	17	6	12	15	3	2	10	7	5	12	11	4
	100	7.4	92.6	22.2	51.9	25.9	14.8	63	22.2	44.4	55.6	11.1	7.4	37.1	25.9	18.5	44.4	40.8	14.8
	11.2	8.0	11.5	15.0	10.0	11.7	8.2	13.9	8.5	13.0	10.0	6.4	8.7	13.3	11.6	13.9	11.2	15.5	6.3
3.จะซื้อเฉพาะมีรายการพิเศษ	15	1	14	5	10	-	2	8	5	5	10	4	1	8	1	1	8	4	3
	100	6.7	93.3	33.3	66.7	-	13.4	53.3	33.3	33.3	66.7	26.6	6.7	53.3	6.7	6.7	53.3	26.7	20
	6.2	4.0	6.5	12.5	7.0	-	4.1	6.6	7.0	5.4	6.7	8.5	4.3	10.6	1.6	2.8	7.5	5.6	4.7
4.สินค้าราคาตกบ่อย	8	2	6	2	4	2	-	4	4	4	4	-	-	2	5	1	1	3	4
	100	25.0	75.0	25.0	50.0	25.0	-	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	25.0	62.5	12.5	12.5	37.5	50
	3.3	8.0	2.8	5.0	2.8	3.3	-	3.3	5.7	4.3	2.6	-	-	2.7	8.2	2.8	0.9	4.2	6.3
5.เคยชินกับบ้านใหม่	21	3	18	4	10	7	4	14	3	6	15	4	4	7	3	3	7	7	7
	100	14.3	85.7	19.0	47.7	33.3	19.0	66.7	14.3	28.6	71.4	19.0	19.0	33.3	14.3	14.3	33.3	33.3	33.3
	8.7	12.0	8.3	10.0	7.0	11.7	8.2	11.5	4.2	6.5	10.0	8.5	17.5	9.3	4.9	8.3	6.5	9.9	10.9
6.มีสารเจือปน	9	-	9	-	9	-	-	6	3	4	5	3	-	2	4	-	1	5	3
	100	-	100	-	100	-	-	66.6	33.3	44.4	55.6	33.3	-	22.2	44.5	-	1.1	65.6	33.3
	3.7	-	4.2	-	6.3	-	-	4.9	4.2	4.4	3.3	6.4	-	2.7	6.6	-	0.9	7.0	4.7
7.สามารถไม่นาน	7	2	5	2	4	1	1	3	3	2	5	2	2	-	3	-	4	1	2
	100	28.6	71.4	28.6	57.1	14.3	14.2	42.9	42.9	28.6	71.4	28.6	28.6	-	42.8	-	57.1	14.3	28.6
	2.9	8.0	2.3	5.0	2.8	1.7	2.0	2.5	4.2	2.2	3.3	4.2	8.7	-	4.9	-	3.7	1.4	3.1
8.แถวแคบๆ	25	2	23	4	11	10	12	6	7	12	13	3	8	5	6	3	15	6	4
	100	8.0	92.0	16.0	44.0	40.0	48.0	24.0	28.0	48.0	52.0	12.0	32.0	20.0	24.0	12.0	60.0	24.0	16.0
	10.3	8.0	10.6	10.0	7.7	16.7	24.5	4.9	9.9	13.0	8.7	6.4	34.8	6.7	9.8	8.3	14.0	8.5	6.3

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ. 3- อนุปริญญา	อุดม ศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับ ราชการ	พัว 眷 บริ ษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000- 9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
9. ไม่ชอบรส และกลิ่น	21	-	21	3	13	5	8	7	6	5	16	3	-	9	2	7	10	6	5
	100	-	100	14.3	61.9	23.8	38.1	33.3	28.6	23.8	76.2	14.3	-	42.9	9.5	33.3	47.6	28.6	23.8
	8.7	-	9.7	7.5	9.2	8.3	16.4	5.7	8.5	5.4	10.7	6.4	-	12.0	3.3	19.4	9.4	8.5	7.8
10. ไรเฉพาะอาหาร บางชนิด	10	1	9	-	6	4	1	7	2	1	9	2	2	2	1	3	1	3	3
	100	10.0	90.0	-	60.0	40.0	10.0	70.0	20.0	10.0	90.0	20.0	20.0	20.0	10.0	30.0	40.0	30.0	30.0
	4.1	4	4.1	-	4.2	6.7	2	5.7	2.8	1.1	6.0	4.2	8.7	2.7	1.6	8.3	3.7	4.2	4.7
11. ไรสารอนามัน นม	18	1	17	3	7	8	10	6	2	10	8	3	3	5	4	3	9	6	3
	100	5.6	94.4	16.7	38.9	44.4	55.6	33.3	11.1	55.6	44.4	16.7	16.7	27.7	22.2	16.7	50	33.3	16.7
	7.4	4.0	7.8	7.5	4.9	13.3	20.4	4.9	2.8	10.9	5.3	6.4	13	6.7	6.6	8.3	8.5	8.5	4.7
12. ราคาแพง	3	1	2	1	2	-	1	2	-	2	1	-	-	1	1	1	1	1	1
	100	33.3	66.7	33.3	66.7	-	33.3	66.7	-	66.7	33.3	-	-	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3
	1.2	4.0	0.9	2.5	1.4	-	2	1.6	-	2.2	0.7	-	-	1.3	1.6	2.8	0.9	1.4	1.5
13. หกของไร	4	-	4	-	3	1	2	-	2	2	2	-	-	-	2	2	3	-	1
	100	-	100	-	75	25.0	50.0	-	50.0	50.0	50.0	-	-	-	50.0	50.0	75.0	-	25.0
	1.7	-	1.8	-	2.2	1.7	4.1	-	2.8	2.2	1.3	-	-	-	3.3	5.6	2.8	-	1.5
0 ไม่ตอบ	13	-	13	2	7	4	3	5	5	3	10	6	1	3	1	2	6	1	6
	100	-	100	15.4	53.8	30.8	23	38.5	38.5	23.1	76.9	46.2	7.7	23.1	7.7	15.3	46.2	7.6	46.2
	5.4	-	6.0	5.0	4.9	6.7	6.1	4.1	7	3.3	6.7	12.8	4.3	4.0	1.6	5.6	5.7	1.4	9.4

จากตารางที่ 4.5 มีผู้ตอบให้เหตุผลในการไม่รับประทานเป็นบางครั้งกันหลายเหตุผล ในจำนวนเหตุผลทั้งหมดมีผู้ตอบว่าคุณภาพยังไม่แน่นอนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 25.2 รองลงมาคือ
มีการเปลี่ยนราคาบ่อยร้อยละ 11.2 และรสชาติขมร้อยละ 10.3 ไม่ชอบกลิ่นและเค็มติดกันมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 8.7 เหนียว และไรสารอนามันนมร้อยละ 7.4 เป็นต้น
วิเคราะห์แยกตามเพศ เพศชายมีผู้ตอบว่าคุณภาพยังไม่แน่นอนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือเค็มติดกันมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 12.0 ส่วนเพศหญิง
ตอบว่าคุณภาพยังไม่แน่นอนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาคือมีการเปลี่ยนราคาบ่อยร้อยละ 11.5
วิเคราะห์แยกตามอายุ ผู้ตอบที่มีอายุไม่เกิน 24 ปี และ 25 - 34 ปี ตอบว่าคุณภาพยังไม่แน่นอนมากที่สุดร้อยละ 20.0 และ 29.6 รองลงมาคือ
มีการเปลี่ยนราคาบ่อยร้อยละ 15.0 และ 10.0 ส่วนผู้ตอบที่มีอายุมากกว่า 34 ปี ตอบว่าคุณภาพยังไม่แน่นอนมากที่สุดร้อยละ 18.2 รองลงมาคือรสชาติขม
ร้อยละ 16.7



วิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้ตอบที่มีระดับการศึกษาไม่เกิน ป.7 ตอบว่าแล้วแต่
 สะดวกมากที่สุด ร้อยละ 24.5 รองลงมาคือ ไร้สำรอน้ำมันหมู ร้อยละ 20.4 และไม่ชอบกลิ่น รอย
 ละ 16.4 ผู้ตอบที่มีการศึกษาระดับ ม.ศ.3 - อนุปริญญา ตอบว่าคุณภาพยังไม่แน่นอนมากที่สุด
 ร้อยละ 30.4 รองลงมาคือมีการเปลี่ยนแปลงราคาบ่อย ร้อยละ 13.9 การศึกษาระดับอุดมศึกษาตอบว่า
 คุณภาพยังไม่แน่นอนมากที่สุด ร้อยละ 32.4 รองลงมาคือแล้วแต่สะดวก ร้อยละ 9.9

เมื่อวิเคราะห์แยกตามขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ส่วนมาก
 ตอบว่าคุณภาพยังไม่แน่นอนมากที่สุด จะมีก็แต่ผู้ตอบที่มีอาชีพค้าขายตอบว่า แล้วแต่สะดวกมากที่สุด
 ร้อยละ 34.8 รองลงมาคือเคยชินกับน้ำมันหมู ร้อยละ 17.5 กับผู้ตอบที่มีอาชีพอื่น ๆ คิดว่าไม่
 ชอบกลิ่นมากที่สุด ร้อยละ 19.4 รองลงมาคือ คุณภาพยังไม่แน่นอนกับการเปลี่ยนแปลงราคาบ่อย ร้อยละ
 13.9 เท่ากัน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.6 แสดงถึงเหตุผลของผู้ตอบที่ไม่เคยบริโภคน้ำมันพืช แยกตาม เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบโสมากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3- จบปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	92 100 100	1 1.1 100	91 98.9 100	12 13.1 100	50 54.3 100	30 32.6 100	36 39.1 100	44 47.8 100	12 13 100	15 16.3 100	77 83.7 100	21 22.8 100	24 26.1 100	14 15.2 100	15 16.3 100	18 19.6 100	26 28.3 100	29 31.5 100	37 40.2 100
1.ราคาแพง	2 100 2.2	- - -	2 100 2.2	- - -	1 50.0 2.0	1 50.0 3.3	2 100 5.6	- - -	- - -	1 50.0 0.7	1 50.0 1.3	- - -	- - -	- - -	- - -	2 100 11.1	1 50.0 3.8	1 50.0 3.5	- - -
2.กลัวเสียรสชาติอาหาร	18 100 19.6	- - -	18 100 19.8	- - -	12 66.7 24.0	6 33.3 20.0	7 38.9 19.4	9 50.0 20.4	2 11.1 16.7	2 11.1 13.3	16 88.9 20.8	3 16.7 14.3	4 22.2 16.7	4 22.2 28.6	2 11.1 13.3	5 27.8 27.8	3 16.7 11.6	9 50.0 31.0	6 33.3 16.2
3.เคยชินกับน้ำมันหมู	46 100 50.0	1 100 2.2	45 97.8 49.4	8 17.4 66.6	23 50 46	15 32.6 50.0	20 43.5 55.5	21 45.7 47.7	5 10.8 41.7	8 17.4 53.4	38 82.6 49.3	13 28.3 61.9	15 32.6 62.5	5 10.8 35.7	6 13.1 40.0	7 15.2 38.9	17 36.9 65.4	8 17.4 27.6	21 45.7 56.8
4.คุณภาพยังเชื่อไม่ไถ่	14 100 15.2	- - -	14 100 15.4	2 14.3 16.7	9 64.3 18.0	3 21.4 10.0	3 21.4 8.3	8 57.1 16.2	3 21.4 25	2 14.3 13.3	12 85.7 15.6	2 14.3 9.5	2 14.3 8.3	4 28.6 26.6	4 28.6 26.7	2 14.3 11.1	2 14.3 7.7	7 50 24.1	5 35.7 13.5
5.อื่น ๆ	8 100 8.7	- - -	8 100 8.8	2 25.0 16.7	3 37.5 6	3 37.5 10	2 25 5.6	5 62.5 11.4	1 12.5 8.3	2 25.0 13.3	6 75.0 7.8	2 25.0 9.5	2 25.0 8.3	1 12.5 7.1	1 12.5 6.7	2 25.0 11.1	2 25.0 7.7	3 37.5 10.3	3 37.5 8.1
6.ไม่ตอบ	4 100 4.3	- - -	4 100 4.4	- - -	2 50.0 4.0	2 50.0 6.7	2 50.0 5.6	1 25.0 2.3	1 25.0 8.3	- - -	4 100 5.2	1 25.0 4.8	1 25.0 4.2	- - -	2 50.0 13.3	- - -	1 25.0 3.8	1 25.0 3.5	2 50.0 5.4

จากตารางที่ 4.6 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดมีผู้ตอบว่าเคยชินกับน้ำมันหมูมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือกลัวทำให้เสียรสชาติอาหารร้อยละ 19.6 และคุณภาพยังเชื่อไม่ไถ่ร้อยละ 15.2

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ผู้ตอบส่วนใหญ่ตอบว่าเคยชินกับน้ำมันหมูมากที่สุด รองลงมาคือกลัวทำให้เสียรสชาติอาหาร และคุณภาพยังเชื่อไม่ไถ่ในจำนวนใกล้เคียงกัน และผู้ตอบว่าเคยชินกับน้ำมันหมูเป็นเพศหญิงมากที่สุด ส่วนระดับการศึกษาระหว่าง ม.ศ.3- จบปริญญา ทอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือการศึกษาไม่เกิน ป.7 คิดเป็นร้อยละ 38.9 เป็นต้น

ตารางที่ 4.7 แสดงถึงลักษณะของนํ้ามันพืชที่ผู้บริโภคใช้ แยกตาม เพศ อายุ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-อนุปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	829	100	729	129	526	174	119	353	357	327	506	144	66	265	268	66	338	200	291
	100	12.1	87.9	15.6	63.4	21.0	14.4	42.6	43.0	39.0	61.0	17.4	10.4	32.0	32.3	8.0	40.8	24.1	35.1
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ทน	356	48	308	56	226	74	53	158	145	136	220	63	35	113	114	31	153	84	119
	100	13.5	86.5	15.7	63.5	20.8	14.9	44.4	40.7	38.2	61.6	17.7	9.8	31.7	32.0	8.7	43.0	23.6	33.4
	42.9	48.0	42.2	43.4	43.0	42.5	44.5	44.8	40.6	42.1	43.5	43.8	40.7	42.6	42.5	47.0	45.3	42.0	40.9
2. ทน	339	37	302	56	214	69	44	151	144	138	211	58	33	116	104	28	136	85	118
	100	10.9	89.1	16.5	63.1	20.4	13.0	44.5	42.5	37.8	62.2	17.1	9.7	34.2	30.7	8.3	40.1	25.1	34.8
	40.9	37.0	41.4	43.4	40.7	39.7	37.0	42.8	40.3	39.6	41.7	40.3	38.4	43.8	38.8	42.4	40.2	42.5	40.5
3. คิง	70	7	63	10	42	18	11	27	32	27	43	12	9	23	24	2	20	19	31
	100	10.0	90.0	14.3	60.0	25.7	15.7	38.6	45.7	38.6	61.4	17.1	12.9	31.9	34.3	2.9	28.6	27.1	44.3
	8.4	70.	8.6	7.8	8.0	10.3	9.2	7.6	9.0	8.4	8.5	8.3	10.5	8.7	9.0	3.0	5.9	9.5	16.7
4. หมก	3	1	2	-	3	-	-	2	1	3	-	-	1	-	1	1	-	2	1
	100	33.3	66.7	-	100	-	-	66.7	33.3	100	-	-	33.3	-	33.3	33.3	-	66.7	33.3
	4.4	1.0	0.3	-	0.6	-	-	0.6	0.3	0.9	-	-	1.2	-	0.4	1.5	-	1.0	0.3
5. มาโซลา	22	4	18	4	15	3	-	3	19	12	10	2	1	3	16	-	8	1	13
	100	18.2	81.8	18.2	68.2	13.6	-	13.6	86.4	54.5	45.5	9.1	4.5	13.6	72.7	-	36.4	4.5	59.1
	2.7	4.0	2.5	3.1	2.7	1.7	-	0.8	5.3	3.7	2.0	1.4	1.2	1.1	6.0	-	2.4	0.5	4.5
6. เกอว	10	1	9	1	7	2	2	3	5	3	7	1	2	5	1	1	6	2	2
	100	10.0	90.0	10.0	70.0	20.0	20.0	30.0	50.0	30.0	70.0	10.0	20.0	50.0	10.0	10.0	60.0	20.0	20.0
	1.2	1.0	1.2	0.8	1.3	1.1	1.7	0.8	1.4	0.9	1.4	0.7	2.3	1.9	0.4	1.5	1.8	1.0	0.7
7. ไม่มีชื่อ	10	-	10	1	4	5	6	3	1	5	5	3	5	-	1	1	8	2	-
	100	-	100	10.0	40.0	50.0	60.0	30.0	10.0	50.0	50.0	30.0	50.0	-	10.0	10.0	80.0	20.0	-
	1.2	-	0.1	0.8	0.8	2.9	5.0	0.8	0.3	1.5	1.0	2.0	5.8	-	0.4	1.5	0.6	1.0	-
8. ขางมัน	6	1	5	1	4	1	1	2	3	3	3	2	-	1	2	1	3	2	1
	100	16.7	2.3	16.7	66.6	16.7	16.7	33.3	50.0	50.0	50.0	33.3	-	16.7	33.3	16.7	50.0	33.3	16.7
	0.7	1.0	0.7	0.8	0.8	0.6	0.8	0.6	0.8	0.9	0.6	1.4	-	0.4	0.7	1.5	0.9	1.0	0.3

ตาราง 4.7. (ต่อ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-อนุปริชญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
9. พิ.พี.โอ	4	-	4	-	4	-	-	2	2	3	1	1	-	1	2	-	1	2	1
	100	-	100	-	100	-	-	50.0	50.0	75.0	25.0	25.0	-	25.0	50.0	-	25.0	50.0	25.0
	0.5	-	0.6	-	0.8	-	-	0.6	0.6	0.9	0.2	0.7	-	0.4	0.7	-	0.3	1.0	0.3
10. อื่นๆ	3	-	3	-	2	1	1	2	-	1	2	1	-	1	1	-	1	-	2
	100	-	100	-	66.7	33.3	33.3	66.7	-	33.3	66.7	33.3	-	33.3	33.3	-	33.3	-	66.7
	0.4	-	0.4	-	0.4	0.6	0.8	0.6	-	0.3	0.4	0.7	-	0.4	0.4	-	0.3	-	0.7
11. อาอาทิน	3	-	3	-	2	1	1	-	2	2	1	-	-	1	1	1	1	1	1
	100	-	100	-	66.7	33.3	33.3	-	66.7	66.7	33.3	-	-	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3
	0.4	-	0.4	-	0.4	0.6	0.8	-	0.6	0.6	0.2	-	-	0.4	0.4	1.5	0.3	0.5	0.3
12. เบสท์	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1
	100	-	100	-	100	-	-	-	100	-	100	-	-	-	100	-	-	-	100
	0.1	-	0.1	-	0.2	-	-	-	0.3	-	0.2	-	-	-	0.4	-	-	-	0.3
13. อื่นๆ	1	1	-	-	1	-	-	-	1	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-
	100	100	-	-	100	-	-	-	100	-	100	-	-	100	-	-	100	-	-
	0.1	1.0	-	-	0.2	-	-	-	0.3	-	0.2	-	-	0.4	-	-	0.3	-	-
14. นกพิราบ	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1
	100	-	100	-	100	-	-	-	100	-	100	100	-	-	-	-	-	-	100
	0.1	-	0.1	-	0.2	-	-	-	0.3	-	0.2	0.7	-	-	-	-	-	-	0.3

จากตารางที่ 4.7 มีผู้ตอบว่าเคยใช้น้ำมันพืชชนิดที่มากที่สุดคือเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือแก๊สหรือถ่านร้อยละ 40.9 กิ่งร้อยละ 8.4 และน้ำมันร้อยละ 2.7 เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ผู้ตอบส่วนใหญ่ตอบว่าเคยใช้น้ำมันพืชชนิดที่มากที่สุดคือรองลงมาเป็นแก๊สหรือถ่าน และหึ่งสองชนิดอื่นมีผู้ตอบว่าเคยใช้จำนวนใกล้เคียงกันมาก ส่วนที่พัฒนาโรอา ซึ่งเป็นน้ำมันพืชที่มีราคาแพงและเป็นสินค้าจากต่างประเทศ เรามาจำหน่ายมีผู้ตอบที่มีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาตอบมากที่สุดคือเป็นร้อยละ 86.4 รองลงมาคือระดับ ม.ศ.3 - อนุปริชญา ร้อยละ 13.6 ส่วนการศึกษาระดับไม่เกิน 7 ปี ไม่มีผู้ตอบว่าเคยใช้น้ำมันพืชชนิดที่มากที่สุดคือโรอาเลย ส่วนรายได้ของผู้ตอบที่มีรายได้มากกว่า 9,999 บาท ตอบว่าเคยใช้พัฒนาโรอามากที่สุดคือร้อยละ 59.1 รองลงมาคือรายได้ไม่เกิน 5,999 บาท ร้อยละ 36.4 และรายได้ 6,000 - 9,999 บาท มีผู้ตอบเพียงร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.8 แสดงถึงความถี่หรือร้อยละของน้ำมันพืชที่บริโภคในขณะที่สุด แยกตาม เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 1.7	ม.ศ.3-อนุปริญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	166	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.1	19.9	14.0	45.9	40.1	39.4	60.6	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ทพ	199	32	167	29	127	43	34	94	71	74	125	35	25	62	62	15	87	45	67
	100	16.1	83.9	14.6	63.8	21.6	17.1	47.2	35.7	37.2	62.8	17.6	12.6	31.2	31.2	7.4	43.7	22.6	33.7
	45.0	57.1	43.2	38.7	45.4	48.9	54.9	46.4	40.1	42.5	46.5	43.3	61.0	43.3	44	41.7	46.8	42.5	44.6
2. กุฎ	188	18	170	38	113	37	20	91	77	74	114	33	12	66	61	16	73	48	67
	100	9.6	90.4	20.2	60.1	16.7	10.6	48.4	41.0	39.4	60.6	17.6	6.4	35.1	32.4	8.5	38.8	25.5	35.7
	42.5	32.1	44.0	50.7	40.5	42	32.3	44.8	43.5	42.5	42.6	40.8	29.3	46.2	43.3	44.4	39.2	45.4	44.6
3. คิง	18	3	15	3	12	3	-	8	10	9	9	4	1	8	5	-	6	3	9
	100	16.7	83.3	16.7	66.6	16.7	-	44.4	55.6	50.0	50.0	22.2	5.6	44.4	27.8	-	33.3	16.7	50.0
	4.1	5.4	3.8	4	4.2	3.4	-	3.9	5.6	5.2	3.4	4.9	2.4	5.6	3.6	-	3.2	2.9	6.0
4. มาโรซา	8	2	6	2	6	-	-	2	6	5	3	2	-	2	4	-	4	1	3
	100	25.0	75.0	25.0	75.0	-	-	25.0	75.0	62.5	37.5	25.0	-	25.0	25.0	-	50.0	12.5	37.5
	1.8	3.6	1.6	2.7	2.1	-	-	0.9	3.3	2.9	1.1	2.6	-	1.4	2.8	-	2.2	0.9	2.0
5. โนทอย	8	-	8	-	6	2	3	1	4	3	5	1	1	2	2	2	5	3	-
	100	-	100	-	75.0	25.0	37.5	12.5	50	37.5	62.5	12.5	12.5	25.0	25.0	25.0	62.5	37.5	-
	1.8	-	2.1	-	2.1	2.3	4.6	0.5	2.2	1.7	1.8	1.2	2.4	1.4	1.4	5.5	2.7	2.9	-
6. โนมียพอ	6	-	6	1	3	2	3	1	2	2	4	4	2	-	1	1	4	2	-
	100	-	100	16.7	50.0	33.3	50.0	16.7	33.3	33.3	66.7	33.3	33.3	-	16.7	16.7	66.7	33.3	-
	1.4	-	1.6	1.3	1.2	2.3	4.6	0.5	1.2	1.2	1.2	1.5	2.4	-	4.9	0.7	2.8	2.1	-
7. เกอว	5	-	5	1	4	-	1	3	1	1	4	1	-	2	1	1	4	1	-
	100	-	100	20.0	80.0	-	20.0	60.0	20.0	20.0	80.0	20.0	-	40.0	20.0	20.0	80.0	20.0	-
	1.1	-	1.3	1.3	1.4	-	1.6	1.5	0.6	0.6	1.6	1.2	-	1.4	0.7	2.8	2.2	0.9	-
8. ที.ที.โอ	3	-	3	-	3	-	-	1	2	3	-	-	-	1	2	-	1	1	1
	100	-	100	-	100	-	-	33.3	66.7	100	-	-	-	33.3	66.7	-	33.3	33.3	33.3
	0.7	-	0.8	-	1.1	-	-	0.5	1.1	1.7	-	-	-	0.7	1.4	-	0.5	0.9	0.7

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3- จบปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000- 9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
9. รับจ้าง	2	-	2	1	1	-	-	1	1	-	2	1	-	-	1	-	-	1	1
	100	-	100	50.0	50.0	-	-	50.0	50.0	-	100	50.0	-	-	50.0	-	-	50.0	50.0
	0.5	-	0.5	1.3	0.4	-	-	0.5	0.6	-	0.7	1.2	-	-	0.7	-	-	0.9	0.7
10. พก	1	1	-	-	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-
	100	100	-	-	100	-	-	100	-	100	-	100	-	-	-	-	-	100	-
	0.2	1.8	-	-	0.4	-	-	0.5	-	0.6	-	1.2	-	-	-	-	-	0.9	-
11. ชาวาคิน	2	-	2	-	1	1	1	-	1	1	1	-	-	-	1	1	2	-	-
	100	-	100	-	50.0	50.0	50.0	-	50.0	50.0	50.0	-	-	-	50.0	50.0	100	-	-
	0.5	-	0.5	-	0.4	1.1	1.6	-	0.6	0.6	0.4	-	-	-	0.7	2.8	1.1	-	-
12. เมสซูก	1	-	1	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	1
	100	-	100	-	100	-	-	-	100	100	-	-	-	-	100	-	-	-	100
	0.2	-	0.3	-	0.4	-	-	-	0.6	0.6	-	-	-	-	0.7	-	-	-	0.7
13. นกพิราบ	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1
	100	-	100	-	100	-	-	-	100	-	100	100	-	-	-	-	-	-	100
	0.2	-	0.3	-	0.4	-	-	-	0.6	-	0.4	1.2	-	-	-	-	-	-	0.7

จากตารางที่ 4.8 มีผู้ตอบว่า ใช้น้ำมันหรือหีบหมอกที่สุขมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือยี่ห้ออื่น ร้อยละ 42.5 ถึงร้อยละ 4.1 มาโซล่า ร้อยละ 1.8

วิเคราะห์แยกตามเพศ เพศชายตอบว่า ใช้น้ำมันหรือหีบหมอกที่สุขมากที่สุด ร้อยละ 57.1 รองลงมาคือยี่ห้ออื่น ร้อยละ 32.1 ส่วนเพศหญิง ตอบว่าใช้น้ำมันหรือหีบหมอกที่สุขมากที่สุด ร้อยละ 44.0 รองลงมาคือยี่ห้ออื่น ร้อยละ 43.2 ซึ่งมีปริมาณใกล้เคียงกันมาก

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว และรายได้/ครอบครัว ปรากฏว่ามีผู้ตอบว่า ใช้น้ำมันหรือหีบหมอกที่สุขมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และ 2 สลับกัน ในจำนวนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนข้ออื่น ๆ มีผู้ตอบเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 4.9 แสดงถึงสิ่งที่คำนึงถึงอันดับแรกในการตัดสินใจร่อนน้ำมันพืชและพืชของภูมิวิโลก แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ. 3 - จบปริญญา	จบม.ศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	186	106	150
	100	12.7	87.3	16.9	63.1	20	14	45.9	40.1	33.4	60.6	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1.คุณภาพของสินค้า	150	25	125	28	106	16	4	66	80	65	85	33	6	44	64	3	57	32	61
	100	16.7	83.3	18.7	70.7	10.6	2.7	44	53.3	43.3	56.7	22	4	29.3	42.7	2	38	21.3	40.7
	33.9	44.7	32.4	37.3	36	18.2	6.5	32.5	45.2	37.4	31.7	40.7	14.6	30.7	45.5	8.2	30.6	30.2	40.7
2.ครวยี่ห้อ	63	5	58	8	36	19	18	27	18	23	40	8	10	20	13	12	24	19	20
	100	7.9	92.1	12.7	57.1	30.2	28.6	42.8	28.6	36.5	63.5	12.7	15.9	31.7	20.6	19.1	38.1	30.2	31.7
	14.3	18.9	15	10.7	12.9	21.6	29	13.3	10.2	13.2	14.9	9.9	24.5	14	9.2	33.3	12.9	17.9	13.3
3.ความเคยชิน	57	9	48	9	32	16	10	29	18	23	34	12	3	15	22	5	28	8	21
	100	15.8	84.2	15.8	56.1	28.1	17.5	50.9	31.6	40.4	59.6	21.1	5.3	26.3	28.6	8.7	49.1	14.1	36.8
	12.9	16.1	12.4	12	11.5	18.2	16.2	14.3	10.2	13.2	12.7	14.8	7.3	10.5	15.6	13.9	15.1	7.6	14
4.ความสะดวก	54	1	53	3	33	18	26	19	9	19	35	9	18	12	5	10	25	17	12
	100	1.9	98.1	5.6	61.1	33.3	48.1	35.2	16.7	35.2	64.8	16.7	33.3	22.2	9.3	18.5	46.3	31.5	22.2
	12.2	1.9	13.7	4	11.8	20.5	41.9	9.4	5.1	10.9	13.1	11.1	43.9	8.4	3.5	27.8	13.4	16.1	8
5.กลิ่นของน้ำมันพืช	35	2	33	6	22	7	-	21	14	7	26	8	1	16	8	2	14	7	14
	100	5.7	94.3	17.1	62.9	20	-	60	40	20	80	22.9	2.8	45.7	22.9	5.7	40	20	40
	7.9	3.6	6.6	8	7.9	7.9	-	10.4	7.9	4	10.4	9.9	2.4	11.2	5.7	5.6	7.5	6.6	9.3
6.การโฆษณา	22	3	19	5	13	4	2	12	8	7	15	-	1	11	9	1	9	6	7
	100	13.6	86.4	22.7	59.1	18.2	9.1	54.5	36.4	31.8	68.2	-	4.5	50.1	40.9	4.5	40.9	27.3	31.8
	5	5.3	4.9	6.7	4.6	4.5	3.2	5.9	4.5	4	5.6	-	2.4	7.7	6.4	2.8	4.8	5.7	4.7
7.ราคา	18	5	13	7	9	2	1	11	6	6	12	6	-	5	5	2	10	3	5
	100	27.8	72.2	38.9	50	11.1	5.6	61.1	33.3	33.3	66.7	33.3	-	27.8	27.8	11.1	55.6	16.6	27.8
	4.1	8.9	3.4	9.3	3.2	2.3	1.6	5.4	3.4	3.4	4.5	7.4	-	3.5	3.5	5.6	5.4	2.8	3.3
8.ส่วนผสมของเมล็ดพืช	15	3	12	1	9	5	-	5	10	10	5	-	2	9	4	-	7	4	4
	100	20	82	6.7	60	33.3	-	33.3	66.7	66.7	33.3	-	13.3	60	26.7	-	46.6	26.7	26.7
	3.4	5.3	3.1	1.3	3.2	5.7	-	2.5	5.6	5.8	1.9	-	4.9	6.3	2.8	-	3.8	3.8	2.7

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ. 3- อนุปริญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000- 9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
9. ข้อเสนอแนะ ผลิตภัณฑ์ จำหน่าย	11	3	8	3	8	-	-	4	7	5	6	1	-	3	6	1	3	3	5
	100	27.3	72.7	27.3	72.7	-	-	36.4	63.6	45.5	54.5	9.1	-	27.3	54.5	9.1	27.3	27.3	45.4
	2.5	5.3	2.1	4	2.9	-	-	1.9	3.9	2.9	2.2	1.2	-	2.1	4.3	2.6	1.6	2.6	3.3
11. รายการ พิเศษของ ของแถม	2	-	2	-	2	-	1	-	1	1	1	-	-	1	1	-	1	1	-
	100	-	100	-	100	-	50	-	50	50	50	-	-	50	50	-	50	50	-
	0.5	-	0.5	-	0.7	-	1.6	-	0.6	0.6	0.4	-	-	0.7	0.7	-	0.5	0.9	-
12. หีบห่อ	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	1	-	-	1	-	-	-	1	-
	100	-	100	-	100	-	-	-	100	-	100	-	-	100	-	-	-	100	-
	0.2	-	0.3	-	0.4	-	-	-	0.6	-	0.4	-	-	0.7	-	-	-	0.9	-
13. สีของน้ำมัน พืช	5	-	5	2	3	-	-	3	2	3	2	2	-	1	2	-	4	1	-
	100	-	100	40	50	-	-	60	40	60	40	40	-	20	40	-	80	20	-
	1.1	-	1.3	2.7	1.1	-	-	1.5	1.1	1.7	0.7	2.5	-	0.7	1.4	-	2.2	0.9	-
19. ร่องของ-- น้ำมันพืช	9	-	9	3	5	1	-	6	3	5	4	2	-	5	2	-	4	4	1
	100	-	100	33.3	55.6	11.1	-	66.7	33.3	55.6	44.4	22.2	-	55.6	22.2	-	44.4	44.4	11.1
	2	-	2.3	4	1.8	1.1	-	2.9	1.7	2.9	1.5	2.5	-	3.5	1.4	-	2.2	3.8	0.7

จากตารางที่ 4.9 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดมีผู้ตอบว่า คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าของตนคิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาได้แก่ ทรายหยาบ ร้อยละ 14.3 ความเค็มใน ร้อยละ 12.9 ความสะอาดทรายหยาบ ร้อยละ 12.2 เป็นต้น

วิเคราะห์แยกตามเพศ ทั้งเพศชายและเพศหญิง คำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 44.7 และ 32.4 รองลงมาคือทรายหยาบร้อยละ 18.9 และ 15.0

วิเคราะห์แยกตามอายุ ผู้ตอบที่มีอายุไม่เกิน 24 ปี คำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 37.3 รองลงมาคือความเค็ม ร้อยละ 12.0 อายุ 25 - 34 ปี คำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 38.0 รองลงมาคือทรายหยาบร้อยละ 12.9 อายุมากกว่า 34 ปี คำนึงถึงทรายหยาบมากที่สุด ร้อยละ 21.6 รองลงมาคือความสะอาดทรายหยาบ ร้อยละ 20.5



วิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้ตอบที่มีการศึกษาไม่เกิน ป.7 ทอบว่าความสะดวกมากที่สุด ร้อยละ 41.9 รองลงมาได้แก่ตรายี่ห้อ ร้อยละ 29.0 การศึกษา ม.ศ.3 - อนุปริญญา ทอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 32.5 รองลงมาคือความเคยชิน ร้อยละ 14.3 ระดับอุดมศึกษาทอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 45.2 รองลงมาได้แก่ตรายี่ห้อและความเคยชิน ร้อยละ 10.2 ส่วนผู้ทอบว่าคุณภาพของสินค้าเป็นผู้ตอบที่มีการศึกษาชั้นอุดมศึกษามากที่สุด ร้อยละ 53.3 รองลงมาคือการศึกษา ระดับ ม.ศ.3 - อนุปริญญา ร้อยละ 44.0 และการศึกษาไม่เกิน ป.7 มีเพียง ร้อยละ 2.7 เท่านั้น

วิเคราะห์แยกตามขนาดของครอบครัว ครอบครัวที่มีสมาชิกในครอบครัวไม่เกิน 4 คน และมากกว่า 4 คน ทอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 37.4 และ 31.7 รองลงมาได้แก่ตรายี่ห้อ ร้อยละ 13.2 และ 14.9

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ อาชีพรับจ้างทอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 40.7 รองลงมาคือความเคยชิน ร้อยละ 14.8 อาชีพค้าขายทอบว่าความสะดวกมากที่สุด ร้อยละ 43.9 รองลงมาคือตรายี่ห้อ ร้อยละ 24.5 อาชีพรับราชการทอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 30.7 รองลงมาคือตรายี่ห้อ ร้อยละ 14.0 อาชีพทำงานบริษัททอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือความเคยชิน ร้อยละ 15.6 ส่วนอาชีพอื่น ๆ ทอบว่าตรายี่ห้อมากที่สุด ร้อยละ 33.3 รองลงมาคือความสะดวก ร้อยละ 27.8 สำหรับผู้ทอบว่าคุณภาพของสินค้าเป็นผู้ตอบที่มีอาชีพทำงานบริษัทมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 42.7 รองลงมาคืออาชีพรับราชการ ร้อยละ 29.3 รับจ้าง ร้อยละ 22.0 ค้าขาย ร้อยละ 4.0 และอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 2.0

วิเคราะห์แยกตามรายได้/ครอบครัว ผู้ตอบที่มีรายได้ไม่เกิน 5,999 บาท ทอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 30.6 รองลงมาทอบว่าความเคยชิน ร้อยละ 15.1 รายได้ 6,000 - 9,999 บาท ทอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 30.2 รองลงมาทอบว่าตรายี่ห้อ ร้อยละ 17.9 ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 9,999 บาท ทอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดเช่นกัน คิดเป็น ร้อยละ 40.7 รองลงมาทอบว่า ความเคยชิน ร้อยละ 14.0

ตารางที่ 4.10 แสดงถึงสิ่งที่คำนึงถึงอันดับที่ 2 ของผู้บริหารในการตัดสินใจเลือกชื่อน้ำมันพืช แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-ชั้นประถมศึกษา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	186	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.1	19.9	14.0	45.9	40.1	39.4	5.9	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1.คุณภาพของสินค้า	65	9	56	13	42	10	5	27	33	24	41	11	5	29	14	6	26	21	18
	100	13.8	86.2	20.0	64.6	15.4	7.7	41.5	50.8	36.9	63.1	16.9	7.7	44.6	21.5	9.2	40.0	32.3	27.7
	14.7	16.1	14.5	17.3	15.1	11.3	8.1	13.3	18.6	13.8	15.3	13.6	12.2	20.3	10.0	16.7	14.0	19.8	12
2.กลิ่นของน้ำมันพืช	70	6	64	12	51	7	6	29	35	23	47	15	6	21	24	4	27	17	26
	100	8.6	91.4	17.1	72.9	10.1	8.6	41.4	50.0	32.9	67.1	21.4	8.6	30.0	34.3	5.7	28.6	24.3	37.1
	15.8	10.7	16.6	16	18.3	8.0	9.7	14.3	19.8	13.2	17.5	10.5	14.6	14.7	17.0	11.1	14.5	16	17.3
3.รสชาติ	49	4	45	8	31	10	5	22	22	20	29	9	5	16	16	3	14	13	22
	100	8.2	91.8	16.3	63.3	20.4	10.2	44.9	44.9	40.8	59.2	18.4	10.2	32.7	32.7	6.1	28.6	26.5	44.9
	11.1	7.1	11.7	10.7	11.1	11.4	8.1	10.8	12.4	11.5	10.8	11.1	12.2	11.2	11.3	8.3	7.5	12.3	14.7
4.ความเค็ม	45	5	40	5	28	12	17	13	15	15	30	5	12	10	14	4	23	9	13
	100	11.1	88.9	11.1	62.2	26.7	27.8	28.9	33.3	33.3	66.7	11.1	26.7	22.2	31.1	8.9	51.1	20.0	28.9
	10.2	8.9	10.4	6.7	10.0	13.6	27.4	6.4	8.5	8.6	11.2	6.2	29.3	7.0	10.0	11.1	12.4	8.5	8.7
5.ราคา	44	13	31	7	33	4	2	25	17	19	25	8	1	15	20	-	21	11	12
	100	29.5	70.5	15.9	75.0	9.1	4.5	56.8	38.6	43.2	56.8	18.2	2.3	34.1	45.5	-	47.7	25.0	27.3
	10.0	23.2	8.0	9.3	11.8	4.5	3.2	12.3	9.6	10.9	9.3	9.9	2.4	10.5	14.2	-	11.3	10.4	8
6.ไม่เค็ม	43	4	39	4	22	18	12	25	6	20	23	12	4	12	10	5	25	6	12
	100	9.3	90.7	9.3	51.2	41.7	27.9	58.1	14.0	46.5	53.5	27.9	9.3	27.9	23.3	11.6	58.1	14.0	27.9
	9.7	7.1	10.1	5.3	7.9	20.5	19.4	12.3	3.4	11.5	8.6	14.8	10.0	8.4	7.1	13.9	13.4	5.7	8.0
7.ส่วนผสมของเมล็ดพืช	31	5	26	7	16	7	1	15	15	10	21	3	1	10	14	3	13	3	15
	100	16.1	83.9	22.6	51.6	22.6	3.2	48.4	48.4	32.3	67.7	9.7	3.2	32.3	45.2	9.7	41.9	9.7	48.4
	7.0	8.9	6.7	9.3	5.7	8.0	1.6	7.4	6.5	5.7	7.8	3.7	2.4	7.0	10.0	8.3	7.0	2.8	10
8.ชื่อเสียงของมูลนิธิฯ	26	4	22	4	15	7	4	15	7	13	13	4	1	5	10	6	9	9	8
	100	15.4	84.6	15.4	57.7	26.9	15.4	57.7	26.9	50.0	50.0	15.4	3.8	19.2	38.5	23.1	34.6	34.6	30.8
	5.9	7.1	5.7	5.3	5.4	8.0	6.5	7.4	4.0	7.5	4.9	4.9	2.4	3.5	7.1	16.7	4.8	8.5	5.3

19

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3-อนุปริชญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
9. วัสดุของนํ้ามันพืช	24	2	22	2	19	3.	1	10	13	9	15	6	1	9	7	1	8	6	10
	100	8.3	91.7	8.3	79.2	12.5	4.2	41.7	54.2	37.5	62.5	25.0	4.2	37.5	29.2	4.2	33.3	25.0	41.7
	5.4	3.6	5.7	2.7	6.8	3.4	1.6	4.9	7.3	5.2	5.6	7.4	2.4	6.3	5.0	2.8	4.3	5.7	6.7
10. ความสะอาด	22	2	20	3	14	5	7	11	4	10	12	6	3	8	3	2	8	7	7
	100	9.1	90.9	13.6	63.6	22.7	31.8	50.0	18.2	45.5	54.5	27.3	13.6	36.4	13.6	9.1	36.4	31.8	31.8
	5.0	3.6	5.2	4.0	5.0	5.1	11.3	5.4	2.3	5.7	4.5	7.4	7.3	5.6	2.1	5.6	4.3	6.6	4.7
11. การโฆษณา	11	1	10	3	5	3	2	5	4	5	6	1	2	3	3	2	7	3	1
	100	9.1	90.9	27.3	45.4	27.3	18.2	45.4	36.4	45.4	54.6	9.1	18.2	27.3	27.3	18.2	63.6	27.3	9.1
	2.5	1.8	2.6	4.0	1.1	3.4	3.2	2.5	2.3	2.9	2.2	1.2	4.9	2.1	2.1	5.6	3.8	12.3	0.7
12. วัสดุของนํ้ามันพืช	6	1	5	4	1	1	-	3	3	3	3	-	-	3	3	-	4	-	2
	100	16.7	83.3	66.7	16.7	16.7	-	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	50.0	50.0	-	66.0	-	33.3
	1.4	1.8	1.3	5.3	0.4	1.1	-	1.5	1.7	1.7	1.1	-	-	2.1	2.1	-	2.2	-	1.3
13. หินพอ	4	-	4	1	2	1	-	2	2	1	3	-	-	2	2	-	1	1	2
	100	-	100	25.0	50.0	25.0	-	50.0	50.0	25.0	75.0	-	-	50.0	50.0	-	25.0	25.0	50.0
	0.9	-	1.0	1.3	0.7	1.1	-	1.0	1.1	0.6	1.1	-	-	1.4	1.4	-	0.5	0.9	1.3
14. รายการพิเศษเงินอุดราคา	2	-	2	2	-	-	-	1	1	2	-	1	-	-	1	-	-	-	2
	100	-	100	100	-	-	-	50.0	50.0	100	-	50.0	-	-	50.0	-	-	-	100
	0.5	-	0.5	2.7	-	-	-	0.5	0.6	1.2	-	1.2	-	-	0.7	-	-	-	1.3

จากตารางที่ 4.10 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดที่มีข้อมูลว่ากลิ่นของนํ้ามันพืชมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 15.8 รองลงมาได้แก่ คุณภาพของสินค้า ร้อยละ 14.7 ครายหรือร้อยละ 11.1 ความเคยชิน ร้อยละ 10.2 และราคา ร้อยละ 10.0 เป็นต้น

วิเคราะห์แยกตามเพศ เพศชายตอบว่าราคามากที่สุดร้อยละ 23.2 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้า ร้อยละ 16.1 ส่วนเพศหญิงตอบว่ากลิ่นของนํ้ามันพืชมากที่สุด ร้อยละ 16.6 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้า ร้อยละ 14.5

วิเคราะห์แยกตามอายุ อายุไม่เกิน 24 ปี ตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดร้อยละ 17.3 รองลงมาคือกลิ่นของนํ้ามันพืช ร้อยละ 16.0 อายุ 25 - 34 ปี ตอบว่ากลิ่นของนํ้ามันพืชมากที่สุดร้อยละ 16.3 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้า ร้อยละ 15.1 และอายุมากกว่า 34 ปี ตอบว่าความเคยชินมากที่สุดร้อยละ 13.6 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าและครายหรือร้อยละ 10.4



วิเคราะห์แยกตามการศึกษา การศึกษาไม่เกิน ป.7 ตอบว่าความเคยชินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.4 รองลงมาคือความสะดวกร้อยละ 11.3 การศึกษา ม.ศ.3-อนุปริญญา ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 14.3 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 13.3 อุดมศึกษา ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 19.8 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้า 18.6

วิเคราะห์แยกตามขนาดของครอบครัว ครอบครัวที่มีสมาชิกในครอบครัวไม่เกิน 4 คน ตอบว่าคุณภาพของสินค้าร้อยละ 13.8 รองลงมาคือกลิ่นของน้ำมันพืชร้อยละ 13.2 ขนาดมากกว่า 4 คน ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 17.5 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 15.3

วิเคราะห์ตามอาชีพ อาชีพรับจ้างตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 18.5 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 13.8 อาชีพค้าขายตอบว่าความเคยชินมากที่สุดร้อยละ 29.3 รองลงมาคือกลิ่นของน้ำมันพืชร้อยละ 14.7 อาชีพรับราชการตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดร้อยละ 20.3 รองลงมาคือกลิ่นของน้ำมันพืชร้อยละ 14.7 อาชีพทำงานบริษัทตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 17.0 รองลงมาคือราคาร้อยละ 14.2 อาชีพอื่น ๆ ตอบว่าคุณภาพของสินค้าและชื่อเสียงของบริษัทมากที่สุดร้อยละ 16.7 รองลงมาคือกลิ่นของน้ำมันพืชและความเคยชินร้อยละ 11.1

วิเคราะห์แยกตามรายได้/ครอบครัว ผู้ตอบที่มีรายได้ไม่เกิน 5,999 บาท ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 14.5 รองลงมาคือกลิ่นของน้ำมันพืชร้อยละ 14.0 รายได้ 6,000 - 9,999 บาท ตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดร้อยละ 19.8 รองลงมาคือกลิ่นของน้ำมันพืชร้อยละ 16.0 รายได้มากกว่า 9,999 บาท ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 17.3 รองลงมาคือตราหรือร้อยละ 14.7

ตารางที่ 4.11 แสดงถึงสิ่งที่คำนึงถึงอันดับที่ 3 ของผู้บริโภคในการตัดสินใจชื้อน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อ แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-อนุปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	266	81	41	143	141	36	186	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.0	20.0	14.0	45.9	40.1	39.4	60.6	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ไม่ทอด	72	7	65	7	38	27	21	36	15	33	39	19	9	17	18	9	39	13	20
	100	9.7	90.3	8.3	54.2	37.5	29.1	50	20.8	45.8	54.2	26.4	12.5	23.6	25.0	12.5	54.2	16.1	27.8
	16.3	12.5	16.8	9.3	13.6	30.7	33.9	17.7	8.5	19.0	14.6	23.5	22.0	11.9	12.8	25	21.0	12.3	13.3
2. กรุ่นของ-น้ำมันพืช	58	9	49	8	38	12	7	29	22	23	35	5	8	24	14	7	27	17	14
	100	15.5	84.5	13.8	65.5	20.7	12.1	50.0	37.9	39.7	60.3	8.6	13.8	41.4	24.1	12.1	46.6	29.3	24.1
	13.1	16.1	12.7	10.7	13.6	13.6		14.3	12.4	13.2	13.1	6.2	19.5	16.8	9.9	19.4	14.5	16.0	9.4
3. คุณภาพของสินค้า	56	6	50	10	34	12	9	26	19	19	37	12	4	17	17	6	25	10	21
	100	10.7	89.3	17.9	60.7	21.4	16.1	50.0	33.9	33.9	66.1	21.4	7.1	30.4	30.4	10.7	44.6	17.9	37.5
	12.7	10.7	12.9	13.3	12.2	13.6	14.5	13.8	10.7	10.9	13.8	14.8	9.8	11.9	12.1	16.7	13.4	9.4	14.0
4. รสของน้ำมันพืช	49	9	40	9	30	10	5	21	23	18	31	8	2	12	25	2	11	7	31
	100	18.4	81.6	18.4	61.2	20.4	10.2	42.9	46.9	36.7	63.3	16.3	4.1	24.5	51.0	4.1	22.4	14.3	63.3
	11.1	16.1	10.4	12.0	10.8	11.4	11.3	10.3	13.0	10.3	11.6	9.9	4.9	8.4	17.7	5.6	5.9	6.6	20.7
5. ราคา	44	3	41	8	32	4	5	15	24	20	24	9	1	16	16	2	20	14	10
	100	6.8	93.2	18.2	72.7	9.1	11.4	34.1	54.5	45.5	54.5	20.4	2.3	36.4	36.4	4.5	45.5	31.8	22.7
	10.0	5.3	10.6	10.7	11.5	4.6	8.1	7.4	13.6	11.5	9.0	11.1	2.4	11.2	11.4	5.6	10.8	13.2	6.7
6. ความสะดวก	33	3	30	5	22	6	4	17	12	11	22	9	2	9	9	4	20	6	7
	100	9.1	90.9	15.1	66.7	18.2	12.1	51.5	36.4	33.3	66.7	27.3	6.1	27.3	27.3	12.1	60.6	18.2	21.2
	7.5	5.3	7.8	6.7	7.9	6.8	6.5	8.4	6.8	6.3	8.2	11.1	4.9	6.3	6.3	11.1	10.8	5.7	4.7
7. ตรายี่ห้อ	29	4	25	6	17	6	4	15	10	12	17	3	6	10	9	1	13	5	11
	100	13.8	86.2	20.7	58.6	20.7	13.8	51.7	34.5	41.4	58.6	10.3	20.7	34.5	31.0	3.5	44.8	17.2	37.9
	6.6	7.1	6.5	8.0	6.1	6.8	6.5	7.4	5.6	6.9	6.3	3.7	14.6	7.0	6.4	2.8	7.0	4.7	7.3
8. ความเคยชิน	20	2	18	2	12	6	3	9	8	5	15	5	6	5	3	1	6	8	6
	100	10.0	90.0	10.0	60.0	30.0	13.0	45.0	40.0	25.0	75.0	25.0	30.0	25.0	15.0	5.0	30.0	40.0	30.0
	4.5	3.8	4.7	2.7	4.3	6.8	4.8	4.4	4.5	2.9	5.6	6.2	14.8	3.5	2.1	2.8	3.2	7.5	4.0

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-อนุปริญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่นๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
9. สีของน้ำมันพืช	19	2	17	4	13	2	1	3	15	8	11	2	2	8	6	1	9	3	7
	100	10.5	89.5	21.1	68.4	10.5	5.3	15.8	78.9	42.1	57.9	10.5	10.5	42.1	31.6	5.3	47.4	15.8	36.8
	4.3	3.6	4.4	5.3	4.7	2.3	1.6	1.5	8.5	4.6	4.1	2.5	4.9	5.6	4.3	2.8	4.8	2.8	4.7
10. ส่วนผสมของเมล็ดพืช	16	2	16	3	14	1	1	9	6	9	9	3	-	8	5	2	7	6	5
	100	11.1	88.9	18.7	77.8	5.6	5.6	50.0	44.4	50.0	50.0	16.7	-	44.4	27.8	11.1	38.9	33.3	27.8
	4.1	3.6	4.2	4.0	5.0	1.1	1.6	4.4	4.5	5.2	2.6	2.7	-	5.6	3.6	5.5	2.8	5.7	3.3
11. ชื่อเสียงของมูลนิธิ ผู้นำ	15	3	12	4	11	-	-	8	7	6	9	2	-	6	7	-	2	7	6
	100	20.0	80.0	26.7	73.3	-	-	53.3	46.7	40.0	60.0	13.3	-	40.0	46.7	-	13.3	46.7	40.0
	3.4	5.3	3.1	5.3	3.9	-	-	3.9	4.0	3.5	3.4	2.5	-	4.2	5.0	-	1.1	6.6	4.0
12. หีบห่อ	13	4	9	4	9	-	1	8	4	3	10	3	1	6	3	-	4	6	3
	100	30.8	69.2	30.8	69.2	-	7.8	61.5	30.7	23.1	76.9	23.1	7.8	46.2	23.1	-	30.7	46.2	23.1
	2.9	7.1	2.3	5.3	3.2	-	1.6	3.9	2.3	1.7	3.7	3.7	2.4	4.2	2.1	-	2.2	5.7	2.0
13. การโฆษณา	12	1	11	3	8	1	-	3	9	6	6	-	-	3	8	1	2	3	7
	100	8.3	91.7	25.0	66.7	8.3	-	25.0	75.0	50.0	50.0	-	-	2.0	66.7	8.3	16.7	25.0	58.3
	2.7	1.8	2.8	4.0	2.9	1.1	-	1.5	5.1	3.5	2.2	-	-	2.1	5.7	2.8	1.1	2.8	4.7
14. รายการพิเศษเช่นลดราคา	4	1	3	2	1	1	1	2	1	1	3	1	-	2	1	-	1	1	2
	100	25.0	75.0	50.0	25.0	25.0	25.0	50.0	25.0	25.0	75.0	25.0	-	50.0	25.0	-	25.0	25.0	50.0
	0.9	1.8	0.8	2.7	0.4	1.3	1.6	1.0	0.6	0.6	1.1	1.2	-	1.4	0.7	-	0.5	0.9	1.3

จากตารางที่ 4.11

ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดมีผู้ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 13.1 รองลงมาได้แก่ คุณภาพของสินค้าร้อยละ 12.7 รสของน้ำมันพืชร้อยละ 11.1 รสการร้อยละ 10.0 และมีผู้ไม่ตอบร้อยละ 16.3

วิเคราะห์แยกตามเพศ เพศชายตอบว่ากลิ่นและรสของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 16.1 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 10.7 ส่วนเพศหญิงตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดร้อยละ 12.9 รองลงมาคือกลิ่นของน้ำมันพืชร้อยละ 12.7



วิเคราะห์แยกตามอายุ อายุไม่เกิน 24 ปี ตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดร้อยละ 13.3 รองลงมาคือราคาและกลิ่นของน้ำมันพืชร้อยละ 10.7 อายุ 25-34 ปี ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 13.6 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 12.2 อายุมากกว่า 34 ปี ตอบว่าคุณภาพของสินค้าและกลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 13.6 รองลงมาคือรสของน้ำมันพืชร้อยละ 11.4

วิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้ตอบที่มีการศึกษาไม่เกิน ป.7 ตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดร้อยละ 14.5 รองลงมาคือกลิ่นของน้ำมันพืชร้อยละ 12.1 การศึกษา ม.ศ.3-อนุปริญญา ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 14.3 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 13.8 อุดมศึกษาตอบว่าราคามากที่สุดร้อยละ 13.6 รองลงมาคือรสของน้ำมันพืชร้อยละ 13.0

วิเคราะห์แยกตามขนาดของครอบครัว ขนาดไม่เกิน 4 คน ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 13.2 รองลงมาคือราคาร้อยละ 11.5 ขนาดมากกว่า 4 คน ตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดร้อยละ 13.8 รองลงมาคือกลิ่นของน้ำมันพืชร้อยละ 13.1

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ อาชีพรับจ้างตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดร้อยละ 14.8 รองลงมาคือความสะดวกและราคาร้อยละ 11.1 อาชีพค้าขายตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 19.5 รองลงมาคือความเคยชินและตรายี่ห้อร้อยละ 14.6 อาชีพรับราชการตอบว่า กลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 16.8 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 11.9 อาชีพทำงานบริษัทตอบว่ารสของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 17.7 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 12.1 และอาชีพอื่น ๆ ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 19.4 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 16.7

วิเคราะห์แยกตามรายได้/ครอบครัว ผู้ตอบที่มีรายได้ไม่เกิน 5,999 บาท ตอบว่ากลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 14.5 รองลงมาตอบว่าคุณภาพของสินค้าร้อยละ 13.4 ผู้มีรายได้ 6,000 - 9,999 บาท ตอบว่ารสของน้ำมันพืชมากที่สุดร้อยละ 20.7 รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าร้อยละ 14.0

ตารางที่ 4.12 ตารางรวมแสดงสิ่งที่น่าสนใจของศูนย์วิจัยโลกในการศึกษาใจชนนํานันทีชนตะยู่หือ แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-อนุปริญา	อคมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	2494	321	2173	434	1595	465	327	1131	1036	971	1523	441	229	817	808	199	1027	608	859
	100	12.9	87.1	17.4	64.0	18.6	13.1	45.4	41.5	38.9	61.1	17.7	9.2	32.8	32.4	8.0	41.2	24.4	34.4
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. คุณภาพของสินค้า	636	99	537	120	436	80	31	280	325	262	374	133	32	207	237	27	248	148	240
	100	15.6	84.4	18.9	68.6	12.5	4.9	44.0	51.1	41.2	58.8	20.9	5.0	32.5	37.3	4.2	39.0	23.3	37.7
	25.5	30.8	24.7	27.6	27.3	17.2	9.5	27.8	31.4	27.0	24.5	30.2	14.0	25.3	29.3	13.6	24.1	24.3	27.9
2. ทรายหือ	316	27	289	46	167	83	68	140	108	121	195	45	46	102	80	43	113	88	115
	100	8.5	91.5	14.5	59.2	26.3	21.5	44.3	34.2	28.3	61.7	14.3	14.6	32.3	25.3	13.6	35.8	27.8	36.4
	12.7	8.4	13.3	10.6	11.7	17.8	20.8	12.4	10.4	12.5	12.8	10.2	20.1	12.5	9.9	21.6	11.0	14.5	13.4
3. คุณอื่นของนํานันที	303	27	276	50	206	47	19	150	134	90	213	59	23	114	86	21	123	72	108
	100	8.9	91.1	16.5	68.0	15.5	6.3	49.5	44.2	29.7	70.3	19.5	7.6	37.6	28.4	6.9	40.6	23.8	35.6
	12.1	8.4	12.7	11.5	12.9	10.1	5.8	13.3	12.9	9.3	14.0	13.4	10.0	14.0	10.6	10.6	12.0	11.8	12.6
4. ความเคยชิน	281	39	242	39	164	78	67	122	92	104	177	51	39	70	97	24	136	50	95
	100	13.9	86.1	13.9	58.4	27.8	23.8	43.4	32.7	37.0	63.0	18.1	13.9	24.9	34.5	8.5	48.4	17.8	33.8
	11.3	12.2	11.1	13.6	10.3	16.8	20.5	10.8	8.9	10.7	11.6	11.6	17.0	8.7	12.0	12.1	13.2	8.2	11.1
5. ความสะดวก	239	10	229	20	149	70	96	96	47	88	151	48	62	61	30	38	111	71	57
	100	4.2	95.8	8.4	62.3	29.3	40.2	4.2	19.6	36.8	63.2	20.1	25.9	25.5	12.5	15.9	46.4	29.7	23.8
	9.6	3.1	10.5	4.6	9.3	15.1	29.4	4.5	4.5	9.1	10.0	10.9	27.1	7.5	3.7	19.1	10.8	11.7	6.6
6. ราคา	186	44	142	43	125	18	12	96	76	76	110	43	3	61	71	8	92	45	49
	100	23.6	76.3	23.1	67.2	9.7	6.4	52.7	40.8	40.8	59.1	23.1	1.6	32.8	38.2	4.3	49.5	24.2	26.3
	7.5	13.7	6.5	9.9	7.8	3.9	3.7	8.7	7.3	7.8	0.6	9.8	13.1	7.5	8.8	4.0	9.0	7.4	5.7
7. ส่วนผสมของเมซึคที	125	21	104	20	75	30	3	54	68	59	66	9	8	55	45	8	54	24	47
	100	16.8	83.2	16.0	60.0	24.0	2.4	43.2	54.4	47.2	52.8	7.2	6.4	44	36	6.4	43.2	19.2	37.6
	5.0	6.5	4.8	4.6	4.7	6.4	0.9	4.8	5.6	6.1	4.3	2.0	3.5	6.7	5.6	4.0	5.3	3.9	5.5
8. วัสดุของนํานันที	124	13	111	21	84	19	7	59	56	51	73	26	4	45	45	4	39	31	54
	100	10.5	89.5	16.9	67.7	15.3	5.6	47.5	46.7	41.1	58.9	21.0	3.2	36.3	36.3	3.2	31.4	25.0	43.6
	5.0	4.0	5.1	4.8	5.2	4.1	2.1	5.2	5.6	5.3	4.8	5.9	1.7	5.5	5.6	2.0	3.8	5.1	6.3

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3- อนุปริญา	อุดม ศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับ ราชการ	ทำงาน บริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000- 9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
9. การโฆษณา	100	12	88	24	57	19	10	49	41	37	63	2	7	42	41	8	43	27	30
	100	12.0	88.0	24.0	57.0	19.0	10.0	49.0	41.0	37.0	63.0	2.0	7.0	42.0	41.0	8.0	43.0	27.0	30.0
	4.0	3.7	4.1	5.5	3.6	4.1	3.1	4.3	4.6	3.8	4.1	0.5	3.1	5.1	5.1	4.0	4.2	4.4	3.5
10. ชื่อเสียผู้ บิด ผู้ จำหน่าย	100	20	80	21	65	14	8	50	42	47	53	13	2	25	45	15	29	34	37
	100	20.0	80.0	21.0	65.0	14.0	8.0	50.0	42.0	47.0	53.0	13.0	2.0	25.0	45.0	15.0	29.0	34.0	37.0
	4.0	6.2	3.7	4.8	4.1	3.0	2.4	4.3	4.1	4.8	3.5	2.9	0.9	3.1	5.6	7.5	2.8	5.6	4.3
11. ชื่อของน้ำมัน พืช	46	4	42	10	24	4	1	10	27	25	23	0	2	17	10	1	29	6	11
	100	8.7	91.3	33.1	52.2	8.7	2.2	39.1	58.7	50.0	50.0	17.4	4.3	36.9	39.1	2.2	63.0	13.0	24.0
	1.8	1.2	1.9	4.1	1.5	0.9	0.3	1.6	2.6	2.4	1.5	1.8	0.9	2.1	2.2	0.5	2.8	1.0	1.3
12. นิ่มพอ	24	4	20	6	16	2	1	12	11	5	19	3	1	13	7	-	6	8	10
	100	16.7	83.3	25.0	66.7	8.3	4.2	50.0	45.8	20.8	79.2	12.5	4.2	54.2	29.2	-	25.0	33.3	41.7
	1.0	1.2	0.9	1.4	1.0	0.4	0.3	1.0	1.0	0.5	1.2	0.7	0.4	1.6	0.9	-	0.6	1.3	1.2
13. รายการ พิเศษ เช่น ของแถม	14	1	13	6	7	1	4	3	7	8	6	1	-	5	6	2	4	4	6
	100	7.1	92.9	42.9	50.0	7.1	28.6	21.4	50.0	57.1	42.9	7.1	-	35.7	42.9	14.3	28.6	28.6	42.9
	0.6	0.3	0.6	1.4	0.4	0.2	1.2	0.3	0.7	0.8	0.3	0.2	-	0.6	0.7	1.0	0.4	0.7	0.7

จากตารางที่ 4.12 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดมีผู้ตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุดคือ เป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาคือแก่ ทรายห่อ ร้อยละ 12.7 และ ก้อนของน้ำมันพืชร้อยละ 12.1 เป็นต้น
 วิเคราะห์แยกตามเพศ มีเพศหญิง ตอบมากที่สุด และส่วนใหญ่จะตอบว่า คุณภาพของสินค้า
 เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้ของครอบครัวแล้ว ส่วนใหญ่ตอบว่าคุณภาพของสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือทรายห่อ
 และก้อนของน้ำมันพืช และส่วนมากจะมีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีการศึกษา ระดับ ม.ศ.3 ถึง อนุปริญญา มีครอบครัวขนาดใหญ่ มีอาชีพรับราชการ และทำงาน
 บริษัทที่มีรายได้ค่อนข้างสูงตอบมากที่สุด

ตารางที่ 4.13 แสดงถึงสถานภาพจำนวนผู้สมัครไปรษณีย์ แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบไข่มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 1.7	ม.ศ.3-อนุปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	689	94	595	119	443	127	64	306	299	266	421	123	53	224	233	56	285	157	247
	100	13.6	86.4	17.3	64.3	18.4	12.2	44.4	43.4	38.9	61.1	17.9	7.7	3.25	33.8	8.1	41.4	22.8	35.8
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. งานค้าปลีก โทรคมนาคม	324	41	283	57	202	65	53	146	123	121	203	51	36	103	102	32	143	76	105
	100	12.7	87.3	17.6	62.3	20.1	16.4	45.7	38	37.3	62.7	15.7	11.1	31.8	31.5	9.9	44.1	23.5	32.4
	47.0	43.6	47.6	47.9	45.6	51.2	63.1	46.4	41.4	45.1	48.2	41.4	67.9	46.0	43.8	57.1	50.2	48.4	42.5
2. งานสหกรณ์	154	20	134	24	104	26	5	70	79	66	66	30	3	72	47	2	56	33	65
	100	13.0	87	15.6	67.5	16.9	3.2	45.5	51.3	44.2	55.8	19.5	1.9	46.8	30.5	1.3	36.4	21.4	42.2
	22.4	21.2	22.5	20.2	23.5	20.5	5.9	22.9	26.4	25.4	20.4	24.4	5.9	32.1	20.2	3.6	19.6	21.1	26.3
3. หางสรรพสินค้า	72	14	58	15	46	11	3	28	41	28	44	16	3	18	29	6	24	14	34
	100	19.4	80.6	20.8	63.9	15.3	4.2	38.9	56.9	38.9	61.1	22.2	4.2	25.0	40.3	8.3	33.3	19.4	47.2
	10.5	14.9	9.8	12.6	10.4	8.6	3.6	9.2	13.7	10.5	10.5	13.0	5.7	8.0	12.4	10.7	8.4	8.9	13.8
4. ซูเปอร์- มาเก็ต	71	12	59	14	49	8	2	33	36	29	42	13	3	16	36	3	29	14	28
	100	16.9	83.1	19.7	69.0	11.3	2.8	46.5	50.7	40.8	59.2	18.3	4.2	22.6	50.7	4.2	40.8	19.7	39.5
	10.3	12.8	9.9	11.8	11.0	6.3	2.4	10.8	12.0	10.8	9.9	10.6	5.7	7.1	15.5	5.4	10.2	8.9	11.3
5. ตลาดสด	55	5	50	6	34	15	20	24	11	18	37	7	8	14	15	11	28	18	9
	100	9.1	90.9	10.9	61.8	27.3	36.4	43.6	20	32.7	67.3	12.7	14.5	25.5	27.3	20	50.9	32.7	16.4
	8.0	5.3	6.4	5.0	7.7	11.8	23.8	7.6	3.7	6.7	8.8	5.7	15	6.3	6.4	19.6	9.8	11.5	3.7
6. อื่น ๆ	10	1	9	3	6	1	-	3	7	3	7	5	-	-	4	1	4	1	5
	100	10.0	90.0	30.0	60.0	10.0	-	30.0	70.0	30.0	70.0	50.0	-	-	40.0	10.0	40.0	10.0	50.0
	1.5	1.1	1.5	2.5	1.4	0.8	-	0.9	2.4	1.1	1.7	4.1	-	-	1.7	1.8	1.4	0.6	2.0
0 ไม่ตอบ	3	1	2	-	2	1	1	-	2	1	2	1	-	1	-	1	1	1	1
	100	33.3	66.7	-	66.7	33.3	33.3	-	66.7	33.3	66.7	33.3	-	33.3	-	33.3	33.3	33.3	33.3
	0.5	1.1	0.3	-	0.4	0.8	1.2	-	0.7	0.4	0.5	0.8	-	0.5	-	1.8	0.4	0.6	0.4



จากตารางที่ 4.13 มีผู้ตอบว่าเชื่อมั่นที่ซื่อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 47.0 รองลงมาคือร้านสหกรณ์ร้อยละ 22.4 ทางสรรพสินค้าร้อยละ 10.5 ซุปเปอร์มาเก็ตร้อยละ 10.3 ตลาดสดร้อยละ 8.0 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.5

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ปรากฏว่าผู้ตอบตอบว่าซื่อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านมากที่สุดทุกรายคิดโดยเฉลี่ย ร้อยละ 48.8 รองลงมาได้แก่ ร้านสหกรณ์ ทางสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาเก็ต และตลาดสด ตามลำดับ และผู้ที่ชอบไปซื่อจากร้านสหกรณ์ ทางสรรพสินค้า และซุปเปอร์มาเก็ต เป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.3 , 56.9 และ 50.7 ตามลำดับ ส่วนที่ซื่อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านมากที่สุด มีการศึกษาระหว่าง ม.ศ.3 - อนุปริญญาคิดเป็น ร้อยละ 45.7 รองลงมาคือระดับอุดมศึกษาร้อยละ 38.0

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.14 แสดงถึงขนาดบรรจุของน้ำมันพืชที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ. 3-อนุปริชยา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	463	59	404	77	291	95	71	206	186	180	283	82	45	149	146	41	199	111	153
	100	12.7	87.3	16.6	62.5	20.5	15.3	44.5	41.2	28.9	61.1	17.7	9.7	32.2	31.5	8.9	43	24	33
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. 1/2 ลิตร	73	7	66	10	44	19	16	30	27	31	42	16	8	19	21	9	38	21	14
	100	9.6	90.4	14.7	60.3	26	21.9	41.1	37	42.5	57.5	21.9	11	28	28.6	12.3	52	28.8	19.2
	15.8	11.9	16.3	13	15.1	20	22.5	14.6	14.5	17.2	14.7	15.6	17.8	12.8	14.3	22	19.1	18.9	9.2
2. 1 ลิตร	375	50	325	64	238	73	53	173	149	145	230	62	36	127	120	30	155	84	136
	100	13.3	86.7	17.1	63.5	19.4	14.1	46.2	39.7	38.7	61.3	16.5	9.6	33.9	32	8	41.3	22.4	36.3
	81	84.7	80.5	83.1	81.8	76.8	74.6	84	80.1	80.6	18.3	75.6	08	85.2	82.2	73.2	77.9	75.7	88.9
3. 5 ลิตร	8	1	7	3	5	-	-	1	7	1	7	2	1	1	3	1	4	4	-
	100	12.5	87.5	37.5	62.5	-	-	12.5	87.5	12.5	87.5	25	12.5	12.5	37.5	12.5	50	50	-
	1.7	1.7	1.7	3.9	1.7	-	-	0.5	3.8	0.6	2.5	2.4	2.2	0.7	2.1	2.4	2	3.6	-
4. ไม่ตอบ	7	1	6	-	4	3	2	2	3	3	4	2	-	2	2	1	2	2	3
	100	14.3	85.7	-	57.1	42.9	28.6	28.6	42.8	42.8	57.1	28.6	-	28.6	28.6	14.2	28.6	28.6	42.8
	1.5	1.7	1.5	-	1.4	3.2	2.9	0.9	1.6	1.6	1.4	2.4	-	1.3	1.4	2.4	1	1.8	1.9

จากตารางที่ 4.14 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดพบว่าชอบซื้อน้ำมันพืชขนาด 1 ลิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาได้แก่ขนาด 1/2 ลิตร ร้อยละ 15.8 และขนาด 1 แกลลอน ร้อยละ 1.7

เมื่อวิเคราะห์แยกตาม เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว และรายได้/ครอบครัวแล้ว ปรากฏว่า ผู้ตอบทุกรายชอบซื้อน้ำมันพืชขนาด 1 ลิตรมากที่สุด โดยเฉพาะแล้วประมาณร้อยละ 84.5 รองลงมาได้แก่ขนาด 1/2 ลิตร และขนาด 1 แกลลอน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการส่งเสริมการจำหน่ายแยกตาม เพศ อายุ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3-อนุปริษา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999	6,000-9,999	มากกว่า 9,999
รวม	658	78	506	111	339	148	124	261	253	256	402	112	81	200	191	65	295	154	209
	100	11.9	88.1	16.9	60.6	22.5	18.8	42.7	28.5	28.9	61.1	17	12.3	31.8	29.0	9.9	44.8	23.4	31.8
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ของแจก	71	7	64	9	40	22	24	25	22	24	47	13	17	18	13	10	39	16	16
	100	9.9	90.1	12.7	56.3	31.0	33.8	35.2	31	33.8	66.2	18.3	23.9	25.4	18.3	14.1	55	22.5	22.5
	10.8	9.0	11.0	6.1	10.1	14.9	19.4	8.8	6.7	9.4	11.7	11.6	21.0	8.6	6.6	15.4	13.2	10.4	7.7
2. ของแถม	136	16	120	26	78	32	28	53	55	54	82	22	16	43	38	17	64	34	38
	100	11.8	88.2	19.1	57.4	23.5	20.8	39.0	40.4	39.7	60.3	16.2	11.8	31.6	27.9	12.5	47.1	25.0	27.9
	20.7	20.5	20.7	23.4	19.5	21.5	22.6	18.9	21.7	21.1	20.4	19.6	19.8	20.6	19.9	20.2	21.6	22.1	18.2
3. การลดราคา	275	35	240	44	176	55	40	142	111	107	168	45	32	89	86	23	122	61	92
	100	12.7	87.3	16	64.0	20.0	14.5	40.1	40.4	38.9	61.1	16.4	11.6	32.4	31.2	8.4	44.4	22.2	33.4
	41.8	44.9	41.5	39.6	44.1	37.2	32.3	44.1	43.9	41.8	41.8	40.2	39.5	42.6	45	35.4	41.4	39.6	44.0
4. จึงโรค	26	2	24	6	10	10	10	6	10	7	19	3	8	6	7	2	10	5	11
	100	7.7	92.3	23.0	28.5	28.5	28.5	23.0	28.5	26.9	73.1	11.5	30.8	23.1	26.9	7.7	38.5	19.2	42.3
	3.9	2.6	4.1	5.4	2.5	6.8	8.1	2.2	4.0	2.7	4.7	2.7	9.9	2.9	3.7	3.1	3.4	3.2	5.2
5. คู่มือหรือเอกสาร	28	4	24	9	18	1	4	13	11	8	20	5	1	12	8	2	12	8	8
	100	14.3	85.7	32.1	64.3	3.6	14.3	46.4	39.3	28.6	71.4	17.8	3.6	42.9	28.6	7.1	42.8	28.6	28.6
	4.3	5.1	4.1	6.1	4.5	0.7	3.2	4.6	4.4	3.1	5.0	4.5	1.2	5.7	4.2	3.1	4.1	5.2	3.8
6. ไม่น่าดึงดูด	122	14	108	17	77	28	18	60	44	56	66	24	7	41	39	11	48	30	44
	100	11.5	88.5	13.9	63.1	23	14.7	49.2	36.1	45.9	54.1	19.7	5.7	33.6	31.9	9.1	39.3	24.6	36.1
	18.5	17.9	18.6	15.4	19.3	18.9	14.5	21.4	17.4	21.9	16.4	21.4	8.6	19.6	20.4	16.8	16.3	19.5	21.1

จากตารางที่ 4.15 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดมีผู้ตอบว่าชอบการลดราคามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือของแถมร้อยละ 20.5 ไม่น่าดึงดูดร้อยละ 18.5

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดครอบครัว และรายได้/ครอบครัวแล้ว จะมีผู้ตอบที่รายงานว่าชอบการลดราคามากที่สุด โดยเฉลี่ยร้อยละ 41.05 รองลงมาชอบของแถมโดยเฉลี่ยร้อยละ 21.02

ตารางที่ 4. 16 แสดงความคิดเห็นของผู้นับถือศาสนาที่มีต่อการรับราคาของน้ำมันพืชตามภาวะเศรษฐกิจในอนาคต แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ. 3-อนุปริชญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	166	106	150
100	100	12.7	87.3	17.0	63.1	19.9	13.8	45.9	40.3	39.4	60.6	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ซื้อไปเพื่อไป ตามเค็ม	196	25	171	29	128	39	37	77	62	82	114	29	33	50	72	12	76	42	78
100	100	12.8	87.2	14.8	65.3	19.9	18.9	39.3	41.8	41.8	58.2	14.8	16.8	25.5	36.7	6.1	38.8	21.4	39.8
44.3	44.6	44.3	38.7	45.9	44.3	59.7	37.9	46.3	47.1	42.5	35.8	60.5	35.0	51.1	33.3	40.9	39.6	52.0	
2. ไม่ซื้อไป อีก	28	3	25	4	14	10	6	12	10	12	16	6	2	7	6	7	12	9	7
100	100	10.7	89.3	14.3	50	35.7	21.4	42.9	35.7	42.9	57.1	21.4	7.2	25	21.4	25	42.9	32.1	25
6.3	5.4	6.5	5.3	5.0	11.4	9.7	5.9	5.7	6.9	6.0	7.4	4.9	4.9	4.3	19.4	6.5	8.5	4.7	
3. ไม่นั่งใจ	71	11	60	14	51	6	2	35	34	29	42	15	1	29	25	1	33	12	26
100	100	15.5	84.5	19.7	71.8	8.5	2.8	49.3	47.9	40.8	59.2	21.1	1.4	40.9	35.2	1.4	46.5	16.9	36.6
16.1	19.6	15.5	18.7	18.3	6.8	3.2	17.3	19.2	16.7	15.7	18.5	2.4	20.3	17.7	2.8	17.7	11.3	17.3	
4. อายุไร้ออม กับน้ำมันหมู	147	17	130	28	86	33	17	79	51	51	96	31	5	57	38	16	65	43	39
100	100	11.6	8.4	19.0	58.5	22.5	11.6	53.7	34.7	34.7	65.3	21.1	3.4	38.8	25.8	10.9	44.2	29.3	26.5
33.3	30.4	33.7	37.3	30.8	37.5	27.4	38.9	28.8	29.3	35.8	38.3	12.2	39.8	26.9	44.5	34.9	40.6	26	

จากตารางที่ 4. 16 มีผู้ตอบว่าจะซื้อไปตามเค็มมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคืออาจไร้ออมกับน้ำมันหมูร้อยละ 33.3 ไม่นั่งใจร้อยละ 16.1 และไม่ซื้อไปอีก ร้อยละ 6.3

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ปรากฏว่าส่วนใหญ่ของผู้ตอบว่าจะซื้อไปตามเค็ม และรองลงมาคืออาจไร้ออมกับน้ำมันหมู ส่วนผู้ที่จะไม่ซื้อไปอีก มีรายได้/ครอบครัวไม่เกิน 5,999 บาท คอมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 6,000-9,999 บาท ร้อยละ 32.1

ตารางที่ 4.17 แสดงถึงความถี่เห็นของภูมิโลกที่มีต่อการโฆษณาในการช่วยตัดสินใจซื้อหรือเลือกยี่ห้อแยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ. 3-8 ปี	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	442	56	386	75	280	78	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	186	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.3	19.7	14.0	45.9	40.1	39.4	60.6	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. รายไม่โคเลย	25	2	23	2	16	5	5	11	9	10	15	7	2	8	5	3	12	5	8
	100	8.0	92.0	8.0	72.0	20.0	20.0	44.0	36.0	40.0	60.0	28.0	8.0	32.0	20.0	12.0	48.0	20.0	32.0
	5.7	3.6	6	2.7	6.4	5.7	8.1	5.4	5.1	5.8	5.6	8.6	4.9	5.6	3.6	8.3	6.5	4.7	5.3
2. รายโคบางเล็กน้อย	210	25	185	30	138	42	30	94	86	90	120	42	23	65	69	11	79	44	69
	100	11.9	88.1	14.3	65.7	20.0	14.3	44.8	40.9	42.9	57.1	20.0	11.0	31.0	32.8	5.2	46.2	21.0	32.8
	47.5	44.6	47.9	40	49.3	48.3	48.4	46.3	48.6	51.7	44.8	51.9	56.1	45.4	48.9	30.6	52.2	41.5	46.0
3. รายโคมาก	140	19	121	32	87	21	20	58	62	47	93	22	12	46	44	16	53	37	50
	100	13.6	86.4	22.9	62.1	15.0	14.3	41.4	44.3	33.6	66.4	15.7	8.5	32.7	31.4	11.3	37.9	26.4	35.7
	31.7	33.9	31.3	42.6	31.1	24.2	32.2	28.6	25.0	27.0	34.7	27.2	29.3	32.2	31.2	44.5	28.5	34.9	33.3
4. รายโคมากอย่างบัง	24	1	23	9	9	6	2	16	6	7	17	4	-	8	9	3	9	8	7
	100	4.2	95.8	37.5	37.5	25	8.3	66.7	2.5	29.2	70.8	16.7	-	33.3	37.5	12.5	37.5	33.3	29.2
	5.4	1.8	6.0	12.0	3.2	6.9	3.2	7.9	3.4	4.0	6.3	4.9	-	5.6	6.4	8.3	4.8	7.5	4.7
5. เฉพาะไม่แน่ใจว่ารายโค	43	9	34	2	28	13	5	24	14	20	23	6	4	16	14	3	15	12	16
	100	20.9	79.1	4.7	65.1	30.2	11.6	55.8	32.6	46.5	53.5	14.0	9.3	37.2	32.5	7.0	34.9	27.9	37.2
	9.7	16.1	8.8	2.7	10	14.9	8.1	19.8	7.9	11.5	8.6	7.4	9.7	11.2	9.9	8.3	8.0	11.4	10.7

จากตารางที่ 4.17 มีผู้ตอบว่าการโฆษณาช่วยให้เราตัดสินใจซื้อหรือเลือกยี่ห้อโคบางเล็กน้อยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาตอบว่ารายโคมากร้อยละ 31.7 มีผู้ตอบว่า รายไม่โคเลยเพียงร้อยละ 5.7 และตอบว่ารายโคมากอย่างบังร้อยละ 5.4 ส่วนผู้ที่ไม่แน่ใจว่ารายโคมีร้อยละ 9.7

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ตอบว่ารายโคบางเล็กน้อย และรองลงมาตอบว่ารายโคมาก

ตารางที่ 4.18 แสดงถึงความถี่ของการมีทรัพย์สินที่มากกว่าที่ดินทางชนิด ของผู้มีโลกนํานินพิช แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3- จบปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999฿.	6,000-9,999฿.	มากกว่า 9,999฿.
รวม	665	110	575	114	440	131	74	292	319	285	400	122	58	224	229	52	272	177	236
	100	16.1	83.9	16.6	64.2	19.2	10.8	42.6	46.6	41.6	56.4	17.8	8.5	32.7	33.4	7.6	29.7	25.8	24.5
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. รับราชการ	124	23	101	23	82	19	7	58	59	56	68	22	5	51	40	6	54	26	42
	100	18.5	18.5	18.5	66.1	15.4	5.6	46.8	47.6	45.2	54.8	17.7	4.1	41.1	32.3	4.8	43.5	22.6	33.9
	18.1	20.9	17.6	20.1	18.6	14.5	9.4	19.9	18.5	19.6	17.0	18.0	8.6	22.7	17.4	11.6	19.9	15.8	17.8
2. เมล็ดข้าว	11	4	7	2	7	2	2	2	7	5	6	3	-	5	2	1	6	3	2
	100	36.4	63.6	18.2	63.6	18.2	18.2	18.2	63.6	45.5	54.5	27.2	-	45.5	18.2	9.1	54.5	27.3	18.2
	1.6	3.6	1.2	1.8	1.6	1.5	2.7	0.7	2.2	1.8	1.5	2.5	-	2.3	0.9	1.9	2.2	1.7	0.9
3. เมล็ดข้าว-เทวียง	232	29	173	36	137	27	15	92	95	81	121	38	17	70	70	7	74	58	70
	100	14.4	85.6	18.8	67.8	13.4	7.4	45.5	47.1	40.1	59.9	18.8	8.4	34.7	34.7	3.4	36.6	28.7	34.7
	29.5	26.5	30.1	33.3	31.1	20.7	20.2	31.5	29.8	28.4	30.2	31.1	29.4	31.2	30.5	13.5	27.2	32.8	29.7
4. เมล็ดข้าว	15	2	13	3	10	2	1	7	7	9	6	4	-	5	5	1	5	4	6
	100	13.3	86.7	20	66.7	13.3	6.7	46.7	46.7	60.0	40.0	26.7	-	33.3	33.3	6.7	33.3	26.7	40.0
	2.2	1.8	2.3	2.6	2.3	1.5	1.4	2.4	2.2	3.2	1.5	3.3	-	2.3	2.3	1.9	1.9	2.3	2.5
5. เมล็ดข้าวสัง	47	14	33	8	26	13	2	27	18	19	28	7	5	10	18	7	12	18	17
	100	29.8	70.2	17.0	55.3	27.7	4.3	57.4	38.3	40.4	59.6	14.9	10.6	21.3	38.3	14.9	25.5	38.3	36.2
	6.9	12.7	5.7	7.0	5.9	9.9	2.7	9.3	5.6	6.7	7.0	5.7	8.6	4.4	7.9	13.5	4.4	10.2	7.2
6. เมล็ดพูน	7	4	3	1	4	2	-	2	5	3	4	-	-	5	2	-	2	2	3
	100	57.1	42.9	14.3	57.1	28.6	-	28.6	71.4	42.9	57.1	-	-	71.4	28.6	-	28.6	28.6	42.8
	1.0	3.6	0.5	0.9	0.9	1.5	-	0.7	1.6	1.1	1.0	-	-	2.3	0.9	-	0.7	1.1	1.3
7. เมล็ดคอก-หวานตะวันออก	32	6	26	5	24	3	-	8	24	16	16	5	1	10	14	2	8	7	17
	100	18.8	81.2	15.6	75	9.4	-	25.0	75.0	50	50	15.6	3.1	31.2	43.8	6.3	25	21.9	53.1
	4.7	5.5	4.5	4.4	5.5	2.3	-	2.7	7.5	5.6	4	4.1	1.7	4.4	6.1	3.6	2.9	4.0	7.2
8. เมล็ดคอก	18	3	15	1	14	3	1	10	7	5	13	3	-	5	10	-	6	6	6
	100	16.7	83.3	5.5	77.8	16.7	5.6	55.6	38.8	27.8	72.2	16.7	-	27.8	55.5	-	33.3	33.3	33.3
	2.6	2.7	2.6	0.9	3.2	2.3	1.4	3.5	2.2	1.8	3.2	2.5	-	2.3	4.4	-	2.2	3.4	2.5

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3-อนุปริชญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
9. เมล็ดคอก- คำปอ	21	4	17	3	13	5	1	6	12	13	6	3	1	7	10	-	8	5	7
	100	19.1	80.9	14.3	61.9	23.6	4.8	36.1	57.1	61.9	38.1	14.3	4.8	33.3	47.6	-	42.9	23.6	33.3
	3.1	3.6	2.9	2.6	2.9	3.6	1.4	2.7	3.6	4.6	2.0	2.5	1.7	3.1	4.4	-	3.3	2.8	3.0
10. เมล็ดปาล์ม และปาล์ม	11	3	8	2	6	3	1	5	5	4	7	2	1	5	2	1	5	2	4
	100	27.3	72.7	16.2	54.5	27.3	9.1	45.5	45.5	36.4	63.6	18.2	9.1	45.5	16.2	9.1	45.5	18.2	36.4
	1.6	2.7	1.4	1.6	1.4	2.3	1.4	1.7	1.6	1.4	1.6	1.6	1.7	2.3	0.9	1.9	1.9	1.1	1.7
11. ไม่นับถึง	110	8	111	17	64	38	41	48	30	46	73	17	21	26	30	25	61	26	32
	100	6.7	93.3	14.3	53.8	31.9	34.5	40.3	25.2	26.7	61.3	14.3	17.7	21.6	25.2	21	15.3	21.6	26.9
	17.4	7.3	19.3	14.9	14.5	29.0	55.3	16.4	9.4	16.1	18.2	13.9	36.2	11.6	13.1	48.1	22.4	14.7	13.5
12. จากเมล็ดพืช หลายชนิด รวมกัน	2	-	2	-	2	-	-	1	1	1	1	1	-	-	1	-	1	-	1
	100	-	100	-	100	-	-	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	50.0	-	50.0	-	50.0
	0.3	-	0.3	-	0.5	-	-	0.3	0.3	0.3	0.3	0.8	-	-	0.4	-	0.4	-	0.4
13. เมล็ดข้าว- โต	56	8	48	6	37	11	-	18	38	22	34	14	4	18	20	-	22	13	21
	100	14.3	85.7	14.3	66.1	19.6	-	32.1	67.9	33.3	60.8	25.0	7.2	32.1	35.7	-	39.3	23.2	37.5
	8.2	7.3	8.4	7	8.4	8.4	-	6.2	11.8	7.7	8.5	11.5	6.9	8	8.7	-	7.1	7.3	7.9
14. ไม่นับรวม	7	2	5	2	5	-	1	1	5	4	3	-	1	4	2	-	2	3	2
	100	28.6	71.4	28.6	71.4	-	14.3	14.3	71.4	57.1	42.9	-	14.3	57.1	28.6	-	28.6	42.8	28.6
	1.0	1.8	0.9	1.8	1.1	-	1.4	0.3	1.6	1.4	0.8	-	1.7	1.8	0.9	-	0.7	1.7	0.9
o ไม่นับ	13	-	13	1	9	3	2	5	6	1	12	3	2	3	3	2	5	2	6
	100	-	100	7.7	69.2	23.1	15.4	38.4	46.2	7.7	92.3	23.1	15.4	23.1	23.1	15.4	38.4	15.4	46.2
	1.8	-	2.3	0.9	2.1	2.3	2.7	1.7	1.9	0.3	3.0	2.5	3.5	1.3	1.3	3.6	1.8	1.1	2.5

จากตารางที่ 4.18) มีผู้ตอบว่า ต้องการส่วนผสมของน้ำมันพืชที่สกัดมาจากเมล็ดถั่วเหลืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาต้องการน้ำมันพืชที่สกัดมาจากเมล็ดรำข้าว ร้อยละ 18.1 มีผู้ตอบว่าไม่คำนึงถึงเป็นลำดับต่อมาถึงร้อยละ 17.4

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ปรากฏว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ตอบว่าต้องการน้ำมันพืชที่สกัดมาจากเมล็ดถั่วเหลืองมากที่สุดเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาตอบว่าต้องการน้ำมันพืชที่สกัดจากรำข้าว จะมีก็เพียงผู้ตอบที่มีอายุมากกว่า 34 ปี มีการศึกษาไม่เกิน ป.7 กับผู้ตอบที่มีอาชีพค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ เท่านั้นที่ตอบว่าไม่คำนึงถึงมากที่สุด รองลงมาตอบว่าต้องการน้ำมันพืชที่สกัดจากถั่วเหลือง ส่วนผู้ตอบที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา ต้องการน้ำมันพืชที่สกัดจากเมล็ดดอกคำฝอย เมล็ดดอกทานตะวัน เมล็ดข้าวโพด เมล็ดถั่วเหลือง รำข้าว เมล็ดฝ้าย และนุ่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 75.0 67.9 47.1 47.6 63.6 และ 71.4 ตามลำดับ ซึ่งเมล็ดพืชเหล่านี้มีกรด LINOLEIC ที่มีคุณสมบัติช่วยลดไขมันในเส้นเลือดได้ผสมอยู่จำนวนมากตามลำดับ สำหรับผู้ตอบว่าไม่ได้อ้างอิงถึงมีการศึกษาระดับ ม.ศ.3 - อนุปริญญา ตอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือการศึกษาไม่เกิน ป.7 ร้อยละ 34.5 เป็นต้น

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.19 ก. แสดงถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อราคาน้ำมันดีเซลในปัจจุบัน แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3 - จบปริญญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999น.	6,000-9,999น.	มากกว่า 9,999น.
รวม	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	186	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.1	19.9	14.0	45.9	40.0	39.4	60.6	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. เหมาะสม คือน้อย	240	33	207	38	152	50	40	113	87	96	144	36	26	69	84	25	91	58	91
	100	13.8	86.3	15.8	63.3	20.0	16.7	47.1	36.3	40.0	60.0	15.0	10.8	28.8	30.0	10.4	37.9	24.2	37.9
	54.3	58.9	53.6	50.7	54.5	56.8	64.5	55.7	49.2	55.2	53.7	44.4	63.4	48.3	59.6	69.4	46.9	54.7	60.7
2. ไม่เหมาะสม (ไม่ออก- เหตุขอ)	36	3	33	8	21	7	6	19	11	18	18	6	5	13	10	2	18	12	6
	100	8.3	91.7	22.2	58.3	19.4	16.7	52.8	30.6	50.0	50.0	16.3	13.9	36.1	27.8	5.6	50.0	33.3	16.7
	8.1	5.4	8.5	10.7	7.5	8.0	9.7	9.4	6.2	10.3	6.7	7.4	12.2	9.1	7.1	5.6	9.7	11.3	4.0
3. ไม่เหมาะสม (ราคาแพงไป)	133	18	115	24	88	23	14	54	65	50	83	32	10	46	38	7	69	29	35
	100	13.5	86.5	18.0	64.7	17.3	10.5	40.6	48.9	37.6	62.4	24.1	7.5	34.6	28.6	5.3	51.9	21.8	26.3
	30.1	32.1	29.8	32.0	30.8	26.1	22.0	26.6	36.7	28.7	31.0	39.5	24.4	32.2	27.0	19.4	37.1	27.4	23.3
4. ไม่เหมาะสม (คุณภาพกับ- ราคา)	0	1	7	2	5	1	-	4	4	3	5	3	-	4	1	-	4	1	3
	100	12.5	87.5	25	62.5	12.5	-	50.0	50.0	37.5	62.5	37.5	-	50.0	12.5	-	50.0	12.5	37.5
	1.6	1.8	1.8	2.7	1.8	1.1	-	2.0	2.3	1.7	1.9	3.7	-	2.8	0.7	-	2.2	0.9	2.0
5. ไม่เหมาะสม (จนราคาขยับ)	0	-	6	2	3	1	1	2	3	1	5	-	-	3	2	1	2	2	2
	100	-	100	33.3	50.0	16.7	16.7	33.3	50.0	16.7	83.3	-	-	50.0	33.3	16.7	33.3	33.3	33.3
	1.4	-	1.6	2.7	1.1	1.1	1.6	1.0	1.7	0.6	1.9	-	-	2.1	1.4	2.8	1.1	1.9	1.3
0 ไม่ตอบ	19	1	18	1	12	6	1	1	7	6	13	4	-	8	6	1	2	4	13
	100	5.3	94.7	5.3	63.2	31.6	5.3	57.9	26.8	31.6	68.4	21.1	-	42.1	31.6	5.3	10.5	21.1	68.4
	4.3	1.8	4.7	1.3	4.3	6.8	1.6	5.4	4.0	3.4	4.9	4.9	-	5.6	4.3	2.8	1.1	3.8	8.7

การวิเคราะห์ในตารางที่ 19 - 23 จะแยกวิเคราะห์เป็นตาราง ก. และ ตาราง ข. ซึ่งเป็นตารางแสดงความคิดเห็นของผู้บริโภค และไม่บริโภคตามลำดับ

จากตารางที่ 4.19 ก. มีผู้ตอบว่าราคาเหมาะสมคือน้อยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาตอบว่าไม่เหมาะสมเพราะราคาแพงเกินไปร้อยละ 30.1

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว และรายได้/ครอบครัวแล้ว พบว่าผู้มีข้อบกพร่องที่ตอบว่าราคาเหมาะสมคือน้อยมากที่สุด โดยเฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ 55.6 รองลงมาตอบว่าไม่เหมาะสมเพราะราคาแพงเกินไป โดยเฉลี่ยร้อยละ 29.26 ส่วนผู้ที่ตอบว่าไม่เหมาะสมเพราะราคาแพงเกินไป มีรายได้/ครอบครัวไม่เกิน 5,999 บาท ตอบมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.9

ตารางที่ 4.19 ข. แสดงถึงความคิดเห็นของผู้ไม่มีวิภคณำนับพหุที่มีต่อราคาคำนำนับพหุในปัจจุบัน แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7.7	ม.ศ. 3-อนุปริศญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	58 100 100	1 1.7 100	57 98.3 100	5 8.6 100	29 50.0 100	24 41.4 100	28 48.3 100	23 39.7 100	7 12.1 100	9 15.5 100	49 84.5 100	15 25.9 100	19 32.8 100	7 12.1 100	7 12.1 100	10 17.2 100	20 34.5 100	12 20.7 100	26 44.8 100
1. เหมาะสม ที่สุด	37 100 63.8	1 2.7 100	36 97.3 63.2	3 8.1 60.0	18 48.6 62.1	16 43.2 66.7	19 51.4 67.9	16 43.2 69.6	2 5.4 28.6	4 10.8 44.4	33 89.2 67.3	12 32.4 80.0	12 32.4 63.2	3 8.1 42.9	3 8.1 42.9	7 18.9 70.0	8 21.6 40.0	8 21.6 66.7	21 56.8 60.8
2. ไม่เหมาะสม (ไม่ออกเหตุผล)	1 100 1.7	- - -	1 100 1.8	- - -	1 100 3.4	- - -	- - -	- - -	1 100 14.3	- - -	1 100 2.0	1 100 6.7	- - -	- - -	- - -	- - -	1 100 5.0	- - -	- - -
3. ไม่เหมาะสม (ราคาคงไป)	15 100 25.9	- - -	15 100 26.3	2 13.3 40.0	6 40.0 27.7	7 46.7 29.2	8 53.3 28.6	6 40.0 26.1	1 6.7 14.3	5 33.3 55.6	10 66.7 20.4	2 13.3 13.3	5 33.3 26.3	2 13.3 28.6	3 20.0 42.9	3 20.0 50.0	10 66.7 66.7	2 13.3 16.7	3 20.0 11.5
4. ไม่เหมาะสม (คุณภาพกับ ราคา)	2 100 3.4	- - -	2 100 3.5	- - -	2 100 6.9	- - -	- - -	- - -	2 100 28.6	- - -	2 100 4.1	- - -	1 50.0 5.3	- - -	1 50.0 14.3	- - -	- - -	1 50.0 8.3	1 50.0 3.8
5. ไม่เหมาะสม (ขนาดครอบครัว)	1 100 1.7	- - -	1 100 1.8	- - -	1 100 3.4	- - -	- - -	- - -	1 100 14.3	- - -	1 100 2.0	- - -	- - -	1 100 14.3	- - -	- - -	1 100 5.0	- - -	- - -
0 ไม่ชอบ	2 100 3.4	- - -	2 100 3.5	- - -	1 50.0 3.4	1 50.0 4.2	1 50.0 3.6	1 50.0 4.3	- - -	- - -	2 100 4.1	- - -	1 50.0 5.3	1 50.0 14.3	- - -	- - -	- - -	1 50.0 8.3	1 50.0 3.8

จากตารางที่ 4.19 ข. มีผู้ตอบว่าราคาเหมาะสมที่สุดคิดเป็นร้อยละ 63.8 รองลงมาตอบว่า ไม่เหมาะสมเพราะราคาคงไป ร้อยละ 25.9

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ปรากฏว่ามีผู้ตอบทุกรายตอบว่าราคาเหมาะสมที่สุด มากที่สุด รองลงมาตอบว่าไม่เหมาะสมเพราะราคาคงเกินไปเช่นเดียวกับผู้ที่เคยมีวิภคณำนับพหุ โดยเฉลี่ยร้อยละ 62.02 และ 25.58 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบว่า ไม่เหมาะสมเพราะราคาคงไป มีรายได้/ครอบครัวไม่เกิน 5,999 บาท ตอบมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 4.20 ก. แสดงถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อ ซึ่งบรรจุที่เป็นของหรือของปลอมติดออกจากบรรจุขวด เกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ รายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-35 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3- จบปริญา	จบ ศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	186	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.1	19.9	14.0	45.9	40.0	39.4	60.6	16.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ควรมี	62	5	57	10	41	11	12	26	24	20	34	11	7	17	20	7	31	14	17
	100	8.1	91.9	16.1	66.1	17.7	19.4	41.9	38.7	45.2	54.8	17.7	11.3	27.4	32.3	11.3	50.0	22.6	27.4
	14.0	8.9	14.8	13.3	14.7	12.5	19.4	12.8	13.6	16.1	12.7	13.6	17.1	11.9	14.2	19.4	16.7	13.2	11.3
2. ไม่ควรมี	369	49	320	64	230	75	47	172	150	145	224	69	31	123	118	28	153	89	127
	100	13.3	86.7	17.3	62.3	20.3	12.7	46.6	40.7	39.3	60.7	18.7	8.4	33.3	32.0	7.6	41.5	24.1	34.4
	83.5	87.5	82.9	85.3	82.4	85.2	75.8	84.7	84.7	83.3	83.6	85.2	75.6	86.0	83.7	77.8	82.3	84.0	84.7
0 ไม่ชอบ	11	2	9	1	8	2	3	5	3	1	10	1	3	3	3	1	2	3	6
	100	18.2	81.8	9.1	7.27	16.2	27.3	45.5	27.3	9.1	90.9	9.1	27.3	27.3	27.3	9.8	18.2	27.3	54.5
	2.5	3.6	2.3	1.3	2.9	2.2	4.8	2.5	1.7	0.6	3.7	1.2	7.3	2.1	2.1	2.8	1.1	2.8	4.0

ตารางที่ 4.20 ก. มีผู้ตอบว่าไม่ควรมีมากกว่า ควรมีคิดเป็นร้อยละ 83.5 และ 14.0 มีผู้ไม่ชอบร้อยละ 2.5

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ปรากฏว่ามีผู้ตอบว่าไม่ควรมีมากกว่าควรมีทุกราย โดยเฉลี่ยแล้วตอบว่าไม่ควรมีถึงร้อยละ 83.0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.20 ข. แสดงถึงความคิดเห็นของผู้ไม่บริโภคน้ำมันพืชที่คั่ว ซึ่งบรรจุที่เป็นถุงหรือซองย่อยจากบรรจุขวด แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 1.7	ม.ศ. 3-อนุปริญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	58	1	57	5	29	24	26	23	7	9	49	15	19	7	7	10	20	12	26
	100	1.7	98.3	8.6	50.0	41.4	45.3	39.7	12.1	15.5	84.5	25.9	32.8	12.1	12.1	17.2	34.5	20.7	44.8
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ควรมี	15	-	15	1	4	10	9	5	1	1	14	3	6	3	1	2	8	4	3
	100	-	100	6.7	26.7	66.7	60.0	33.3	6.7	6.7	93.3	20.0	40.0	20.0	6.7	13.3	53.3	26.7	20.0
	25.9	-	26.3	20.0	13.8	41.7	32.1	21.7	14.3	11.1	28.6	20.0	31.6	42.9	14.3	20.0	40.0	33.3	11.5
2. ไม่ควรมี	39	1	38	2	25	12	16	17	6	6	33	12	12	4	5	6	10	7	22
	100	2.6	97.4	5.1	64.1	30.6	41.0	43.6	15.4	15.4	64.6	30.8	30.8	10.3	12.8	15.4	25.6	17.9	56.4
	67.2	100	66.7	40.0	66.2	50.0	57.1	73.9	85.7	66.7	67.3	80.0	63.2	57.1	71.4	60.0	50.0	58.3	84.6
3. ไม่ชอบ	4	-	4	2	-	2	3	1	-	2	2	-	1	-	1	2	2	1	1
	100	-	100	50.0	-	50.0	75.0	25.0	-	50.0	50.0	-	25.0	-	25.0	50.0	50.0	25.0	25.0
	6.9	-	7.0	40.0	-	8.3	10.7	4.3	-	22.2	4.1	-	5.3	-	14.3	20.0	10.0	8.3	3.8

จากตารางที่ 4.20 ข. มีผู้ตอบว่าไม่ควรมีมากกว่าควรมีหรือคิดเป็นร้อยละ 67.2 และ 25.9

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว ปรากฏว่ามีผู้ตอบทุกรายตอบว่าไม่ควรมีมากกว่าควรมีเช่นเดียวกับผู้ตอบที่เป็นผู้บริโภคน้ำมันพืชในตารางที่ 4.19 ก.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4. 21 ก. แสดงถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าแยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ				รายได้/ครอบครัว			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	24-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ. 3-อนุบาล	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999น.	6,000-9,999น.	มากกว่า 9,999น.
รวม	442	56	266	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	166	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.0	19.9	14.0	45.9	40.0	39.4	60.6	16.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ไม่ควรมีกลิ่น	322	38	264	44	210	68	51	146	125	130	192	58	37	105	96	26	137	75	110
	100	11.8	88.2	13.7	65.2	21.1	15.8	45.3	38.8	40.4	59.6	18.0	11.5	32.6	29.8	8.1	42.5	23.3	34.2
	72.9	67.9	73.6	56.7	75.3	77.3	82.3	71.9	70.6	74.7	71.6	71.6	90.2	73.4	68.1	72.2	73.7	70.6	73.3
2. ควรมีกลิ่นหอมเล็กน้อยตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์	112	17	95	30	66	16	8	55	49	39	73	22	4	37	42	7	48	27	37
	100	15.2	84.8	26.8	58.9	14.3	1.1	49.1	43.8	34.8	65.2	19.6	3.6	33.0	37.5	6.3	42.9	24.1	33.0
	25.3	30.4	24.6	40.0	23.7	16.2	18.9	27.1	27.7	22.4	27.2	27.2	9.8	25.9	29.8	19.4	25.8	25.5	24.7
3. มีกลิ่นหอมพิเศษ	2	1	1	-	1	1	-	1	1	2	-	1	-	-	1	-	-	-	2
	100	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-	50.0	50.0	100	-	50.0	-	-	50.0	-	-	-	100
	0.5	1.8	0.3	-	0.4	1.1	-	0.5	0.6	1.1	-	1.2	-	-	0.7	-	-	-	1.3
4. ไม่คำนึงถึง	3	-	3	1	2	-	-	1	2	2	-	-	-	1	2	-	-	2	1
	100	-	100	33.3	66.7	-	-	33.3	66.7	100	-	-	-	33.3	66.7	-	-	66.7	33.3
	0.7	-	0.8	1.3	0.7	-	-	0.5	1.1	1.1	-	-	-	0.7	1.4	-	-	1.9	0.7
5. ไม่ชอบ	3	-	3	-	-	3	3	-	-	2	1	-	-	-	-	3	1	2	-
	100	-	100	-	-	100	100	-	-	66.7	33.3	-	-	-	-	100	33.3	66.7	-
	0.7	-	0.8	-	-	3.4	4.8	-	-	1.1	0.4	-	-	-	-	8.3	0.5	1.9	-

จากตารางที่ 4. 21 ก. มีผู้ตอบว่าไม่ควรมีกลิ่นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 72.9 รองลงมาตอบว่าควรมีกลิ่นหอมเล็กน้อยตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ร้อยละ 25.3

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว ปรากฏว่า มีผู้ตอบว่าไม่ควรมีกลิ่นมากที่สุดทุกราย รองลงมาตอบว่าควรมีกลิ่นหอมเล็กน้อยตามธรรมชาติ

38

ตารางที่ 4.21 ข. แสดงถึงความต้องการของผู้ไม่บริโภคที่มีต่อถิ่นของน้ำมันพืช แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 1.7	ม.ศ. 3-5 ประถมศึกษา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	58	1	57	5	29	24	28	23	7	9	49	15	19	7	7	10	20	12	26
	100	1.7	98.3	8.6	50.0	41.4	48.3	39.7	12.1	15.5	84.5	25.9	32.6	12.1	12.1	17.2	34.5	20.7	44.8
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ไม่ควรมีก่อน	49	1	48	3	25	21	24	21	4	8	41	12	16	7	6	8	18	8	23
	100	2.0	98.0	6.1	51.0	42.9	49.0	42.9	8.3	16.3	83.7	24.5	32.7	14.3	12.2	16.3	36.7	16.3	46.9
	84.5	100	84.2	60.0	86.2	87.5	85.7	91.3	57.1	68.9	83.7	80.0	84.2	100	85.7	80.0	90.0	66.7	88.5
2. มีกลิ่นหอมเล็กน้อย	5	-	5	1	3	1	1	1	3	-	5	2	2	-	1	-	1	2	2
ความธรรมดาของเมล็ดพืช	100	-	100	20.0	60.0	20.0	20.0	20.0	60.0	-	100	40.0	40.0	-	20.0	-	20.0	40.0	40.0
	6.6	-	6.8	20.0	10.3	4.2	3.6	4.3	42.9	-	10.2	13.3	10.5	-	14.3	-	5.0	16.7	7.7
3. มีกลิ่นหอมพิเศษ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. ไม่คำนึงถึง	1	-	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	1	-
	100	-	100	-	-	100	100	-	-	-	100	-	-	-	-	100	-	100	-
	1.8	-	1.8	-	-	4.2	3.6	-	-	-	2.0	-	-	-	-	10.0	-	8.3	-
6. ไม่ชอบ	3	-	3	1	1	1	2	1	-	1	2	1	1	-	-	1	1	1	1
	100	-	100	33.3	33.3	33.3	66.7	33.3	-	33.3	66.7	33.3	33.3	-	-	33.3	33.3	33.3	33.3
	5.2	-	5.3	20.0	3.4	4.2	7.1	4.3	-	11.1	4.1	6.7	5.3	-	-	10.0	5.0	8.3	3.8

จากตารางที่ 4.21 ข. มีผู้ตอบว่าไม่ควรมีก่อนมากที่สุดคือเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมาตอบว่าควรมีก่อน

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว ปรากฏว่ามีผู้ตอบว่าไม่ควรมีก่อนมากที่สุดทุกราย รองลงมาตอบว่าควรมีก่อนเล็กน้อยความธรรมดาของเมล็ดพืชผสมเช่นเดียวกับผู้ตอบที่เป็นผู้บริโภคน้ำมันพืชในตารางที่ 20 ก.

ตารางที่ 4.22 ก. แสดงถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-อนุปริญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่นๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	186	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.1	19.9	14.0	45.9	40.0	39.4	60.6	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. รสนิยม (ไม่มีรส)	379	47	332	59	241	79	55	172	152	147	232	68	41	142	115	31	158	85	136
	100	12.4	87.6	15.6	63.6	20.8	14.5	45.4	40.1	38.8	61.2	17.9	10.8	32.7	30.3	8.2	41.7	22.4	35.6
	85.7	83.9	86.0	78.7	86.4	89.8	88.7	84.7	85.9	84.5	86.6	84.0	100	86.7	81.6	86.1	84.9	80.2	90.7
2. รสนิยมเล็กน้อย	6	1	5	1	4	1	-	5	1	1	5	2	-	2	1	1	3	-	3
	100	16.7	83.3	16.7	66.7	16.7	-	83.3	16.7	16.7	83.3	33.3	-	33.3	16.7	16.7	50.0	-	50.0
	1.4	1.6	1.3	1.3	1.4	1.1	-	2.5	0.6	0.6	1.9	2.5	-	1.4	0.7	2.8	1.6	-	2.0
3. รสนิยมมัน	13	2	11	7	4	2	1	7	5	5	8	4	-	4	5	-	4	5	4
	100	15.4	84.6	53.8	30.8	15.4	7.7	53.8	38.5	38.5	61.5	30.8	-	20.8	38.5	-	30.8	38.4	30.8
	2.9	3.6	2.8	9.3	1.4	2.3	1.6	3.4	2.8	2.9	3.0	4.9	-	2.8	3.5	-	2.2	4.7	2.7
4. ไม่คำนึงถึง	35	3	32	7	25	3	5	15	15	16	19	5	-	10	18	2	16	13	6
	100	8.6	91.4	20.0	71.4	8.6	14.3	42.9	42.9	45.7	54.3	14.3	-	28.6	51.4	5.7	45.7	37.1	17.1
	7.9	5.4	8.3	9.3	9.0	3.4	8.1	7.4	8.5	9.2	7.1	6.2	-	7.0	12.8	5.6	8.6	12.3	4.0
5. รสนิยมน้ำมันพืช	4	2	2	1	2	1	-	3	1	1	3	1	-	1	1	1	2	1	1
ทุก	100	50.0	50.0	25.0	50.0	25.0	-	75.0	25.0	25.0	75.0	25.0	-	25.0	25.0	25.0	50.0	25.0	25.0
	0.9	3.6	0.5	1.3	0.7	1.1	-	1.5	0.6	0.6	1.1	1.2	-	0.7	0.7	2.8	1.1	0.9	0.7
6. รสนิยมน้ำมันหมู	1	-	1	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-
	100	-	100	-	100	-	-	-	100	100	-	-	-	100	-	-	-	100	-
	0.2	-	0.3	-	0.4	-	-	-	0.6	0.6	-	-	-	0.7	-	-	-	0.9	-
7. ไม่ชอบ	4	1	3	-	2	2	1	1	2	3	1	1	-	1	1	1	3	1	-
	100	25.0	75.0	-	50.0	50.0	25.0	25.0	50.0	75.0	25.0	25.0	-	25.0	25.0	25.0	75.0	25.0	-
	0.9	1.8	0.8	-	0.7	2.3	1.6	0.5	1.1	1.7	0.4	1.2	-	0.7	0.7	2.8	1.6	0.9	-

จากตารางที่ 4.22 ก. มีผู้ตอบว่ามีรสจืด (ไม่มีรส) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือชอบไม่คำนึงถึงร้อยละ 7.9 ส่วนรสอื่น ๆ มีผู้ตอบเพียงเล็กน้อย

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว ปรากฏว่ามีผู้ตอบว่ามีรสจืด (ไม่มีรส) มากที่สุดทุกรายการ หรือโดยเฉลี่ยแล้วมีผู้ตอบมากที่สุดถึงร้อยละ 80.0

ตารางที่ 4.22 ง. แสดงถึงความต้องการของผู้ไม่มีโรคที่มีต่อรถของน้ำมันดีเซล แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ.3-ชั้นประถมศึกษา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่นๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	56 100 100	1 1.7 100	57 98.3 100	5 8.6 100	29 50.0 100	24 41.4 100	28 48.3 100	23 39.7 100	7 12.1 100	9 15.5 100	49 86.3 100	15 25.9 100	19 32.8 100	7 12.1 100	7 12.1 100	10 17.2 100	20 34.5 100	12 20.7 100	26 44.8 100
1. รสจืด (ไม่มีรส)	53 100 91.4	1 1.9 100	52 98.1 91.2	4 7.5 8.0	28 52.8 96.6	21 39.6 87.5	25 47.2 89.3	21 39.6 91.3	7 13.2 100	9 17.0 100	44 83.0 89.8	15 28.3 100	17 32.1 89.5	6 11.3 85.7	6 11.3 85.7	9 17.0 90.0	19 35.8 95.0	9 17.0 75.0	25 47.2 96.2
2. รสหวานเล็กน้อย	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -
3. รสเค็มมัน	2 100 3.4	- - -	2 100 3.5	1 50.0 20.0	1 50.0 3.4	- - -	- - -	2 100 8.7	- - -	- - -	2 100 4.1	- - -	- - -	1 50.0 14.3	1 50 14.3	- - -	- - -	2 100 16.7	- - -
4. ไม่ค่านึงถึง	1 100 1.7	- - -	1 100 1.8	- - -	- - -	1 100 4.2	1 100 3.6	- - -	- - -	- - -	1 100 2.0	- - -	- - -	- - -	- - -	1 100 10.0	- - -	1 100 6.3	- - -
5. รสของน้ำมันพืช ๗	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -
6. รสเหม็นน้ำมันหมู	1 100 1.7	- - -	1 100 1.8	- - -	- - -	1 100 4.2	1 100 3.6	- - -	- - -	- - -	1 100 2.0	- - -	1 100 5.3	- - -	- - -	- - -	1 100 5.0	- - -	- - -
7. ไม่ชอบ	1 100 1.7	- - -	1 100 1.8	- - -	- - -	1 100 4.2	1 100 3.6	- - -	- - -	- - -	1 100 2.0	- - -	1 100 5.3	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	1 100 3.8

จากตารางที่ 4.22 ง. มีผู้ตอบว่ารสจืด (ไม่มีรส) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 91.4 นอกนั้นมีผู้ตอบเพียงเล็กน้อย

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว พบว่าผู้ตอบว่าไม่มีรสมากที่สุด เห็นด้วยกับผู้ที่ไม่มีโรคน้ำมันพืชตามตารางที่ 21 ก.

ตารางที่ 4.23 ก. แสดงถึงการไร้หรือไม่มีบ้านมีพิธีในอนาคของผู้มีโลก แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ. 3- อนุปริชิต	อื่น ๆ	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000- 9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	442	56	386	75	279	88	62	203	177	174	268	81	41	143	141	36	186	106	150
	100	12.7	87.3	17.0	63.1	19.9	14.0	45.9	40.0	39.4	60.6	18.3	9.3	32.4	31.9	8.1	42.1	24.0	33.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ไร้	357	51	306	62	226	69	52	170	155	139	218	63	36	115	114	29	153	85	119
	100	14.3	85.7	17.4	63.3	19.3	14.6	47.6	37.8	68.9	61.1	17.6	10.1	32.2	31.9	8.1	42.9	23.8	33.3
	80.8	91.1	79.3	82.7	81.0	78.4	83.9	83.7	76.3	79.9	18.3	77.8	87.6	80.4	80.9	80.6	82.3	80.2	79.3
2. ไม่มี	32	-	32	3	19	10	7	12	13	14	16	7	3	11	6	5	10	14	8
	100	-	100	9.4	59.4	31.3	21.9	37.5	40.6	43.8	56.3	21.9	9.4	34.4	18.6	15.6	31.3	43.7	25.0
	7.2	-	6.3	4.0	6.8	11.4	11.3	5.9	7.3	6.0	6.7	8.6	7.3	7.7	4.3	13.9	5.4	13.2	5.3
3. ไม่นั่ง	24	2	22	3	18	3	2	11	11	12	12	6	2	10	6	-	14	3	7
	100	6.3	91.7	12.5	75.0	12.5	6.3	45.8	45.6	50.0	50.0	25.0	6.3	41.7	25.0	-	58.3	12.5	29.2
	5.4	3.6	5.7	4.0	6.5	3.4	3.2	5.4	6.2	6.9	4.5	7.4	4.9	7.0	4.3	-	7.5	2.8	4.7
4. ไม่ยอม	29	3	26	7	16	6	1	10	18	9	20	5	-	7	15	2	9	4	16
	100	10.3	89.7	24.1	55.2	20.7	3.4	34.5	62.1	31.0	69.0	17.2	-	24.1	51.8	6.9	31.0	13.8	55.2
	6.6	5.4	6.7	9.3	5.7	6.8	1.6	4.9	10.2	5.2	7.5	6.2	-	4.9	10.6	5.6	4.8	3.8	10.7

จากตารางที่ 4.23 ก. มีผู้ตอบที่เป็นผู้ที่เคยมีโลกนํ้ามีพิธีอยู่แล้ว คิดว่าจะมีโลกนํ้ามีพิธีในอนาคตอีกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 80.8 นอกนั้นตอบว่าจะไม่มี ไม่นั่งใจ และไม่ยอม มีเพียงเล็กน้อย

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ปรากฏว่ามีผู้มีโลกนํ้ามีพิธีคิดเป็นร้อยละ 80.8 โดยแยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ปรากฏว่ามีผู้มีโลกนํ้ามีพิธีคิดเป็นร้อยละ 81.5

ตารางที่ 4.23 ข. แสดงถึงการใช่หรือไม่ใช้น้ำมันพืชในชนบทของผู้ไม่มีวีโกลบ แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว

รายการ	รวม	เพศ		อายุ			การศึกษา			ขนาดครอบครัว		อาชีพ					รายได้/ครอบครัว		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	ไม่เกิน 1.7	ม.ศ.3-อนุปริชญา	อุดมศึกษา	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่นๆ	ไม่เกิน 5,999บ.	6,000-9,999บ.	มากกว่า 9,999บ.
รวม	58 100 100	1 1.7 100	57 98.3 100	5 6.6 100	29 50.0 100	24 41.4 100	28 48.3 100	28 39.7 100	7 12.1 100	9 15.5 100	49 84.5 100	15 25.9 100	19 32.8 100	7 12.1 100	7 12.1 100	10 17.2 100	20 34.5 100	12 20.7 100	26 44.8 100
1.ใช่	16 100 27.6	1 6.3 100	15 93.8 26.3	- - -	10 62.5 34.5	6 37.5 25.0	8 50.0 28.6	5 31.3 21.7	3 18.8 42.9	4 25.0 44.4	12 75.0 24.5	4 25.0 26.7	6 37.5 31.6	2 12.5 28.6	2 12.5 28.6	2 12.5 20.0	9 56.3 45.0	2 12.5 16.7	5 31.8 19.2
2.ไม่ใช่	38 100 65.5	- - -	38 100 66.7	4 10.5 80.0	17 44.7 58.6	17 44.7 70.8	17 44.7 60.7	17 44.7 73.9	4 10.5 57.1	4 10.5 44.4	34 69.5 69.4	10 26.3 66.7	12 31.6 63.2	5 13.2 71.4	5 13.2 71.4	6 15.8 60.0	8 21.1 40.0	10 26.3 83.3	20 52.6 76.9
3.ไม่แน่ใจ	4 100 6.9	- - -	4 100 7.0	1 25.0 20.0	2 50.0 6.9	1 25.0 4.2	3 75.0 10.7	1 25.0 4.3	- - -	1 25.0 11.2	3 75.0 6.1	1 25.0 6.7	1 25.0 5.3	- - -	- - -	2 50.0 20.0	3 75.0 15.0	- - -	1 25.0 3.8

จากตารางที่ 4.23 ข. มีผู้ตอบว่าจะไม่ใช้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาคือว่าจะใช้ร้อยละ 27.6 และไม่แน่ใจร้อยละ 6.9

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัวแล้ว ปรากฏว่ามีผู้ตอบว่าจะไม่ใช้มากที่สุดทุกข้อมูล รองลงมาคือจะใช้ ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ตอบที่เป็นผู้มีวีโกลบน้ำมันพืชตามตารางที่ 22 ก. แยกครัวเรือนร้อยละ 61.5 และ 31.5 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

1. จากสมมติฐานที่ว่า ในปัจจุบันประชาชนนิยมใช้น้ำมันพืชบริโภคแทนน้ำมันหมู่มาก ปรากฏว่า จากการวิจัยในจำนวนผู้ตอบทั้งหมด 500 ราย เมื่อแยกวิเคราะห์แล้ว มีผู้ตอบว่าเคยใช้น้ำมันพืช 442 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.4 และตอบว่าเคยใช้น้ำมันหมู 327 ราย หรือร้อยละ 65.4 เมื่อวิเคราะห์รวมกันแล้ว (ตอบมากกว่า 1 คำตอบ) จะมีผู้ตอบทั้งหมด 790 ราย ในจำนวนนี้มีผู้ตอบว่า เคยใช้น้ำมันพืชมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.9 และเคยใช้น้ำมันหมูร้อยละ 41.4 จึงสรุปได้ว่าในปัจจุบันมีผู้นิยมบริโภคน้ำมันพืชแทนน้ำมันหมู่มากจริง

2. จากสมมติฐานที่ว่าในอนาคตการบริโภคน้ำมันพืชจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากการวิจัยในจำนวนผู้ตอบที่บริโภคน้ำมันพืชทั้งหมดตอบว่าจะบริโภคน้ำมันพืชต่อไปอีกมีถึงร้อยละ 80.8 ไม่นับใจร้อยละ 7.2 จะไม่บริโภคร้อยละ 5.4 ส่วนผู้ที่ตอบว่าไม่เคยบริโภคน้ำมันพืชเลยในอนาคตตอบว่าจะบริโภคน้ำมันพืชร้อยละ 27.6 ไม่นับใจร้อยละ 6.9 และตอบว่าจะไม่บริโภคมีร้อยละ 65.5 จากสัดส่วนดังกล่าวจึงคาดว่า ในอนาคตการบริโภคน้ำมันพืชจะเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ จากรายงานประจำปีของหน่วยอุตสาหกรรมธนาคารแห่งประเทศไทย ในช่วง 8 - 9 ปีที่ผ่านมา ปรากฏว่าความต้องการน้ำมันพืชเพื่อการบริโภคมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี กล่าวคือ ในช่วงปี 2523 ความต้องการน้ำมันพืชเพื่อการบริโภคมีประมาณ 70,000 - 80,000 เมตริกตัน เมื่อเทียบกับปี 2524 มีความต้องการประมาณ 90,000 - 100,000 เมตริกตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทั้งนี้เนื่องมาจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นและความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้นเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าในอนาคตการบริโภคน้ำมันพืชจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจริง

3. จากสมมติฐานที่ว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับโปรโมชั่น ปรากฏว่า จากการวิจัยในตารางที่ 4.9 4.10 และ 4.11 มีผู้บริโภคตอบว่าตัดสินใจซื้อเพราะคำนึงถึงการโฆษณาเป็นอันดับแรก อันดับที่สองและสามคิดเป็นร้อยละ 5.0 2.5 และ 2.7 ตามลำดับ ในขั้นนี้จึงสรุปได้ว่าการโฆษณามีผลเล็กน้อยต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ส่วน

ในตารางที่ 4.16 มีผู้ตอบว่าการโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อโดยบังเอิญเล็กน้อยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือช่วยไปมาก ร้อยละ 31.7 ส่วนผู้ตอบว่าช่วยไม่ได้เลยมีเพียงร้อยละ 5.7 นอกจากนี้จากการศึกษาถึงผลสำเร็จในการจำหน่ายน้ำมันพืชก็ปรากฏว่าการโฆษณาเป็นปัจจัยตัวหนึ่งในหลายปัจจัยที่ช่วยให้การจำหน่ายน้ำมันถูกประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ดังนั้น จึงพอสรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับหรือมีความสัมพันธ์กับการโฆษณา แต่การโฆษณาไม่ใช่เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังตารางที่ 4.9 4.10 และ 4.11 ดังกล่าว

4. จากสมมุติฐานที่วางไว้ได้ การศึกษา อาชีพ อายุ และขนาดของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อและการเลือกยี่ห้อสามารถใช้ตัวสถิติแบบไคเวิร์สแควร์ ทดสอบความเป็นอิสระมาทดสอบหาความสัมพันธ์โดยอาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.9 และ 4.7 ทำการทดสอบได้ดังต่อไปนี้

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 4.7 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับการเลือกยี่ห้อ

ยี่ห้อ \ เพศ	ชาย	หญิง	รวม
1. กก	37 (40.89)	302 (298.11)	339
2. ท็อป	48 (42.94)	308 (313.06)	356
3. มาโซลา	4 (2.65)	18 (19.35)	22
4. คิง	7 (8.44)	63 (61.56)	70
5. สิบทิศ	- (0.36)	3 (2.64)	3
6. ขางบิน	1 (0.72)	5 (5.28)	6
7. เกสร์	1 (1.21)	9 (8.79)	10
8. พี.ที.ไอ	- (0.48)	4 (3.52)	4
9. หยก	1 (0.36)	2 (2.64)	3
10. นกพิราบ	- (0.12)	1 (0.88)	1
11. อาลาคิน	- (0.36)	3 (2.64)	3
12. สีนไทย	1 (0.12)	- (0.88)	1
13. เบสท์ฟู้ด	- (0.12)	1 (0.88)	1
14. ไม่มียี่ห้อ	- (1.21)	10 (8.88)	10
รวม	100	729	829

$$\chi^2_c = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 12.69$$

$$\chi^2_{(.90)(13)} = 19.81$$

ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ที่ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.7 และการทดสอบแบบไคสแควร์ สำหรับความเป็นอิสระ พอสรุปได้ว่า ผู้ซื้อเพศชายและเพศหญิงต่างก็มีอิสระในการเลือกยี่ห้อ ณ ระดับนัยสำคัญที่ .90

จากตารางที่ 4.7 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ กับการเลือกยี่ห้อ

อายุ ยี่ห้อ	ไม่เกิน 24 ปี	25-34 ปี	มากกว่า 34 ปี	รวม
1. กก	56 (52.75)	214 (215.10)	69 (71.15)	339
2. ทพ	56 (55.40)	226 (225.88)	74 (74.72)	356
3. มาโซลา	4 (3.42)	15 (13.96)	3 (4.62)	22
4. คิง	10 (10.89)	42 (44.41)	18 (14.69)	70
5. สิบทิศ	- (0.47)	2 (1.90)	1 (0.63)	3
6. ขางบิน	1 (0.93)	4 (3.81)	1 (1.26)	6
7. เกสร	1 (1.56)	7 (6.34)	2 (2.10)	10
8. พี.ที.ไอ	- (0.62)	4 (2.54)	- (0.84)	4
9. หยก	- (0.47)	3 (1.90)	- (0.63)	3
10. นกพิราบ	- (0.16)	1 (0.63)	- (0.21)	1
11. อาลาคิน	- (0.47)	2 (1.90)	1 (0.63)	3
12. สีนไทย	- (0.16)	1 (0.63)	- (0.21)	1
13. เมสทูฟุค	- (0.16)	1 (0.63)	- (0.21)	1
14. ไมมายหอ	1 (1.56)	4 (6.34)	5 (2.10)	10
รวม	129	526	174	829

$$\chi^2_c = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$\chi^2_c = 14.85$$

$$\chi^2_{(.90)(26)} = 35.55$$



ในการทดสอบสมมุติฐานทางสถิติ (H_0) ที่ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.7 และแบบทดสอบไคสแควสสำหรับความเป็นอิสระ พอสรุปได้ว่า ผู้ซื้อแต่ละระดับอายุไม่มีความสัมพันธ์กันในการเลือกยี่ห้อ ณ ระดับนัยสำคัญ .90 นั่นคือ ผู้ซื้อแต่ละระดับอายุมีอิสระในการเลือกชื่อน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อ

จากตารางที่ 4.7 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการเลือกยี่ห้อ

การศึกษา ยี่ห้อ	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3- อนุปริญญา	อุดมศึกษา	รวม
1. กูก	44 (48.66)	151 (144.35)	144 (145.99)	339
2. ทพ	53 (51.10)	158 (151.59)	145 (153.31)	356
3. มาโซลา	- (3.16)	3 (9.37)	19 (9.47)	22
4. คิง	11 (10.05)	27 (29.81)	32 (30.14)	70
5. สิบทิศ	1 (0.43)	2 (1.28)	- (1.29)	3
6. ชางบิน	1 (0.86)	2 (2.55)	3 (2.58)	6
7. เกสร	2 (1.44)	3 (4.26)	5 (4.31)	10
8. พี.ที.ไอ	- (0.57)	2 (1.70)	2 (1.72)	4
9. หยก	- (0.43)	2 (1.28)	1 (1.29)	3
10. นกพิราบ	- (0.14)	- (0.43)	1 (0.43)	1
11. อาลาดิน	1 (0.43)	- (1.28)	2 (1.29)	3
12. สีนไทย	- (0.14)	- (0.43)	1 (0.43)	1
13. เนสท์ฟูด	- (0.14)	- (0.43)	1 (0.43)	1
14. ไม่มียี่ห้อ	6 (1.44)	3 (4.26)	1 (4.31)	10
รวม	119	353	357	829

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$\chi^2 = 48.44$$

$$\chi^2_{(.90)(26)} = 35.55$$

ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ที่ว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.7 และการทดสอบแบบไคสแควร์ สำหรับความเป็นอิสระ พอสรุปได้ว่า ผู้ซื้อในแต่ละระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ ณ ระดับ นัยสำคัญที่ .90

จากตารางที่ 4.7 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของครอบครัวกับการเลือกยี่ห้อ

ขนาดของครอบครัว \ ยี่ห้อ	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	รวม
1. กูก	128 (132.08)	211 (206.92)	339
2. ทพ	136 (138.71)	220 (217.29)	356
3. มาโซดา	12 (8.57)	10 (13.43)	22
4. คิง	27 (27.27)	43 (42.73)	70
5. สิบทิศ	1 (1.17)	2 (1.83)	3
6. ชางมิน	3 (2.34)	3 (3.66)	6
7. เกสร์	3 (3.90)	7 (6.10)	10
8. พี.ที.ไอ	3 (1.56)	1 (2.44)	4
9. หยก	3 (1.17)	- (1.83)	3
10. นกพิราบ	- (0.39)	1 (0.61)	1
11. อาลาคิน	2 (1.17)	1 (1.83)	3
12. สิ้นไทย	- (0.39)	1 (0.61)	1
13. เบสทฟุด	- (0.39)	1 (0.61)	1
14. ไม่มียี่ห้อ	5 (3.90)	5 (6.10)	10
รวม	323	506	829

$$\chi_c^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$\chi_c^2 = 11.17$$

$$\chi_c^2 (.90) (13) = 19.81$$

ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ที่ว่า ขนาดของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.7 และการทดสอบแบบไคสแควร์ สำหรับความเป็นอิสระ พอสรุปได้ว่า ขนาดของครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ ณ ระดับนัยสำคัญที่ .90

จากตารางที่ 4.7 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกยี่ห้อ

อาชีพ \ ยี่ห้อ	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	รวม
1. กก	58 (58.89)	33 (35.17)	116 (108.37)	104 (109.59)	28 (26.99)	339
2. ทพ	63 (61.84)	35 (36.93)	113 (113.80)	114 (115.09)	31 (28.34)	356
3. มาโซลา	2 (3.82)	1 (2.28)	3 (7.03)	16 (7.11)	- (1.75)	22
4. คิง	12 (12.16)	9 (7.26)	23 (22.38)	24 (22.63)	2 (5.57)	70
5. ลูบทิศ	1 (0.52)	- (0.31)	1 (0.96)	1 (0.97)	- (0.24)	3
6. ชางบิน	2 (1.04)	- (0.62)	1 (1.92)	2 (1.94)	1 (0.48)	6
7. เกสร์	1 (1.74)	2 (1.04)	5 (3.20)	1 (3.23)	1 (0.80)	10
8. พี.ที. ไอ	1 (0.69)	- (0.41)	1 (1.28)	2 (1.29)	- (0.32)	4
9. หยก	- (0.52)	1 (0.31)	- (0.96)	1 (0.97)	1 (0.24)	3
10. นกพิราบ	1 (0.17)	- (0.10)	- (0.32)	- (0.32)	- (0.08)	1
11. อาดาคิน	- (0.52)	- (0.31)	1 (0.96)	1 (0.97)	1 (0.24)	3
12. สีนไทย	- (0.17)	- (0.10)	1 (0.32)	- (0.32)	- (0.08)	1
13. เบสทฟูค	- (0.17)	- (0.10)	- (0.32)	1 (0.32)	- (0.08)	1
14. ไม่มียี่ห้อ	3 (1.74)	5 (1.04)	- (3.20)	1 (3.23)	1 (0.80)	10
รวม	144	86	265	268	66	829

$$\chi^2_c = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$\chi^2_c = 67.79 \quad \chi^2_{(90)(52)} = 65.41$$

ในการทดสอบสมมุติฐานทางสถิติ (H_0) ที่ว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ อาศัยข้อมูลในตารางที่ 4.7 และการทดสอบแบบไคสแควร์ แสดงความเป็นอิสระ พอสรุปได้ว่าผู้นิยมในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ ณ ระดับนัยสำคัญ .90

144

จากตารางที่ 4.7 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกยี่ห้อ

รายได้/ครอบครัว ยี่ห้อ	ไม่เกิน 5,999 บ.	6,000- 9,999 บ.	มากกว่า 9,999 บ.	รวม
1. กก	136 (138.22)	85 (81.79)	118 (118.99)	339
2. ทพ	153 (145.15)	84 (85.89)	119 (124.97)	356
3. มาโซลา	8 (8.97)	1 (5.31)	13 (7.72)	22
4. คิง	20 (28.54)	19 (16.89)	31 (24.57)	70
5. สิบทิศ	1 (1.22)	- (0.72)	2 (1.05)	3
6. ชางบิน	3 (2.45)	2 (1.45)	1 (2.11)	6
7. เกสร	6 (4.08)	2 (2.41)	2 (3.51)	10
8. พี.ที.ไอ	1 (1.63)	2 (0.97)	1 (1.40)	4
9. หยก	- (1.22)	2 (0.72)	1 (1.05)	3
10. นกพิราบ	- (0.41)	- (0.24)	1 (0.35)	1
11. อาลาดิน	1 (1.22)	1 (0.72)	1 (1.05)	3
12. สิ้นใหญ่	1 (0.41)	- (0.24)	- (0.35)	1
13. เนสท์ฟู๊ด	- (0.41)	- (0.24)	1 (0.35)	1
14. ไม่มียี่ห้อ	8 (4.08)	2 (2.41)	- (3.51)	10
รวม	338	200	291	829

$$\chi^2_c = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$\chi^2_c = 34.29$$

$$\chi^2_{(.90)(26)} = 35.55$$

ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ที่ว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ อาศัยข้อมูลในตารางที่ 4.7 และการทดสอบแบบไคสแควร์ แสดงความเป็นอิสระ พอสรุปได้ว่า ผู้ซื้อในแต่ละระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อ ณ ระดับนัยสำคัญที่ .90

จากตารางที่ 4.9 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจซื้อ

เพศ การตัดสินใจซื้อ	ชาย	หญิง	รวม
1. ความมั่งคั่ง	9 (7.22)	48 (49.79)	57
2. ทรายี่ห้อ	5 (7.98)	58 (55.02)	63
3. การโฆษณา	3 (2.79)	19 (19.21)	22
4. ความสะดวก	1 (6.84)	53 (47.16)	54
5. ฟิล์ม	- (0.13)	1 (0.87)	1
6. ส่วนผสมของ เมล็ดพืช	3 (1.90)	12 (13.10)	15
7. คุณภาพของสินค้า	25 (19.00)	125 (130.99)	150
8. สีของน้ำมันพืช	- (0.63)	5 (4.37)	5
9. กลิ่นของน้ำมันพืช	2 (4.43)	33 (30.57)	35
10. รสของน้ำมันพืช	- (1.14)	9 (7.86)	9
11. ราคา	5 (2.28)	13 (15.72)	18
12. ชื่อเสียงของผู้ผลิต	3 (1.39)	8 (9.61)	11
13. รายการพิเศษ	- (0.25)	2 (1.75)	2
รวม	56	386	442

$$\chi^2_c = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 19.70$$

$$\chi^2_{(.90)(12)} = 18.55$$

การทดสอบสมมุติฐาน (H_0) ที่ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.9 และ การทดสอบแบบไควร์สแควร์ แสดงความเป็นอิสระพอสรุปได้ว่า ผู้ซื้อเพศชายและเพศหญิงมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญที่ .90

จากตารางที่ 4.9 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ \ อายุ	ไม่เกิน 24ปี	25 - 34 ปี	มากกว่า 34ปี	รวม
1. ความเคยชิน	9 (9.67)	32 (35.98)	16 (11.35)	57
2. ตรายี่ห้อ	8 (10.69)	36 (39.77)	19 (12.54)	63
3. การโฆษณา	5 (3.73)	13 (13.89)	4 (4.38)	22
4. ความสะดวก	3 (9.16)	33 (34.09)	18 (10.75)	54
5. หีบห่อ	- (0.17)	1 (0.63)	- (0.20)	1
6. ส่วนผสมของเมล็ดพืช	1 (2.55)	9 (9.47)	5 (2.99)	15
7. คุณภาพของสินค้า	28 (25.45)	106 (94.68)	16 (29.86)	150
8. สีของน้ำมันพืช	2 (0.85)	3 (3.16)	- (0.99)	5
9. กลิ่นของน้ำมันพืช	6 (5.94)	22 (22.09)	7 (6.97)	35
10. รสของน้ำมันพืช	3 (1.53)	5 (5.68)	1 (1.79)	9
11. ราคา	7 (3.05)	9 (11.36)	2 (3.58)	18
12. ชื่อเสียงของผู้ผลิต	3 (1.87)	8 (6.94)	- (2.19)	11
13. รายการพิเศษ	- (0.34)	2 (1.26)	- (0.40)	2
รวม	75	279	88	442

$$\chi^2_c = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 42.0$$

$$\chi^2_{(.90)(24)} = 33.20$$

จากสมมุติฐานที่ว่า (Ho) อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.9 และการทดสอบแบบไควร์สแควร์แสดงความเป็นอิสระพอสรุปได้ว่า ผู้ซื้อที่มีอายุในระดับต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญที่ .90

จากตารางที่ 4.9 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ \ การศึกษา	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3- อนุปริญญา	อุดมศึกษา	รวม
1. ความมั่งคั่งขึ้น	10 (8.00)	29 (26.18)	18 (22.83)	57
2. ทรายเป็น	18 (8.84)	27 (26.93)	18 (25.23)	63
3. การโฆษณา	2 (3.09)	12 (10.10)	8 (8.81)	22
4. ความสะดวก	26 (7.57)	19 (24.80)	9 (21.62)	54
5. หีบห่อ	- (0.14)	- (0.46)	1 (0.40)	1
6. ส่วนผสมของเมล็ดพืช	- (2.10)	5 (6.89)	10 (6.01)	15
7. คุณภาพของสินค้า	4 (21.04)	66 (68.89)	80 (60.07)	150
8. สีของน้ำมันพืช	- (0.70)	3 (2.30)	2 (2.00)	5
9. กลิ่นของน้ำมันพืช	- (4.91)	21 (16.07)	14 (14.02)	35
10. รสของน้ำมันพืช	- (1.26)	6 (4.13)	3 (3.60)	9
11. ราคา	1 (2.52)	11 (8.27)	6 (7.21)	18
12. ชื่อเสียงของผู้ผลิต	- (1.54)	4 (5.05)	7 (4.40)	11
13. รายการพิเศษ	1 (0.28)	- (0.92)	1 (0.80)	2
รวม	62	203	177	442

$$\chi^2_c = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 112.87$$

$$\chi^2_{(.90)(24)} = 33.20$$



ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ที่ว่าการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ อาศัยข้อมูลในตารางที่ 4.9 และการทดสอบแบบไควร์สแควร์แสดงความเป็นอิสระพอสรุปได้ว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญที่ .90

จากตารางที่ 4.9 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของครอบครัวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ	ขนาดของครอบครัว		รวม
	ไม่เกิน 4 คน	มากกว่า 4 คน	
1. ความมั่งคั่งขึ้น	23 (22.44)	34 (34.56)	57
2. ทรายหอ	23 (24.80)	40 (38.20)	63
3. การโฆษณา	7 (8.66)	15 (13.34)	22
4. ความสะดวก	19 (21.26)	35 (32.74)	54
5. หนีหอ	2 (0.39)	1 (0.61)	1
6. ส่วนผสมของเมล็ดพืช	10 (5.90)	5 (9.10)	15
7. คุณภาพของสินค้า	65 (59.05)	85 (90.95)	150
8. สีของน้ำมันพืช	3 (1.97)	2 (3.03)	5
9. กลิ่นของน้ำมันพืช	7 (13.78)	28 (21.22)	35
10. รสของน้ำมันพืช	5 (3.54)	4 (5.46)	9
11. ราคา	6 (7.09)	12 (10.91)	18
12. ชื่อเสียงของผู้ผลิต	5 (4.33)	6 (6.67)	11
13. รายการพิเศษ	1 (0.79)	1 (1.21)	2
รวม	174	268	442

$$\chi^2_c = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 17.50$$

$$\chi^2_{(.90)(12)} = 18.55$$

ในการทดสอบสมมติฐาน (H_0) ที่ว่า ขนาดของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.9 และการทดสอบ สแควร์แสดงความเป็นอิสระ พอสรุปได้ว่า ขนาดของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญ

จากตารางที่ 4.9 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจซื้อ

อาชีพ \ การตัดสินใจซื้อ	รับจ้าง	ค้าขาย	รับราชการ	ทำงานบริษัท	อื่น ๆ	รวม
1. ความเคยชิน	12 (10.45)	3 (5.29)	15 (18.44)	22 (18.18)	5 (4.64)	57
2. ตรายี่ห้อ	8 (11.55)	10 (5.84)	20 (20.38)	13 (20.10)	12 (5.13)	63
3. การโฆษณา	- (4.03)	1 (2.04)	11 (7.12)	9 (7.02)	1 (1.79)	22
4. ความสะดวก	9 (9.90)	18 (5.01)	12 (17.47)	5 (17.23)	10 (4.40)	54
5. หีบห่อ	- (0.18)	- (0.09)	1 (0.32)	- (0.32)	- (0.08)	1
6. ส่วนผสมของเมล็ดพืช	- (2.75)	2 (1.39)	9 (4.85)	4 (4.79)	- (1.22)	15
7. คุณภาพของสินค้า	33 (27.49)	6 (13.91)	44 (48.52)	64 (47.85)	3 (12.22)	150
8. สีของน้ำมันพืช	2 (0.92)	- (0.46)	1 (1.62)	2 (1.60)	- (0.41)	5
9. กลิ่นของน้ำมันพืช	8 (6.41)	1 (3.25)	16 (11.32)	8 (11.16)	2 (2.85)	35
10. รสของน้ำมันพืช	2 (1.65)	- (0.83)	5 (2.91)	2 (2.87)	- (0.73)	9
11. ราคา	6 (3.30)	- (1.67)	5 (5.82)	5 (5.74)	2 (1.47)	18
12. ชื่อเสียงของผู้ผลิต	1 (2.02)	- (1.02)	3 (3.56)	6 (3.51)	1 (0.89)	11
13. รายการพิเศษ	- (0.37)	- (0.19)	1 (0.65)	1 (0.64)	- (0.16)	2
รวม	81	41	143	141	36	442

$$\chi^2_c = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 125.49$$

$$\chi^2_{(.90)(48)} = 60.89$$

ในการทดสอบสมมุติฐาน (Ho) ที่ว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ อาศัยข้อมูลในตารางที่ 4.9 และการทดสอบไคสแควร์ แสดงความเป็นอิสระ พอสรุปได้ว่า ผู้ซื้อในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญ .90



จากตารางที่ 4.9 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการตัดสินใจซื้อ

รายได้/ครอบครัว การตัดสินใจซื้อ	ไม่เกิน 5,999 บ.	6,000- 9,999 บ.	มากกว่า 9,999 บ.	รวม
1. ความสุข	28 (23.99)	8 (13.67)	21 (19.34)	57
2. ทรายห่อ	24 (26.51)	19 (15.11)	20 (21.38)	63
3. การโฆษณา	9 (9.26)	6 (5.28)	7 (7.47)	22
4. ความสะดวก	25 (22.72)	17 (12.95)	12 (18.33)	54
5. หีบห่อ	- (0.42)	1 (0.24)	- (0.34)	1
6. ส่วนผสมของเมล็ดพืช	7 (6.31)	4 (3.60)	4 (5.09)	15
7. คุณภาพของสินค้า	57 (63.12)	32 (35.97)	61 (50.90)	150
8. สีของน้ำมันพืช	4 (2.10)	1 (1.20)	- (1.70)	5
9. กลิ่นของน้ำมันพืช	14 (14.73)	7 (8.39)	14 (11.88)	35
10. รสของน้ำมันพืช	4 (3.79)	4 (2.16)	1 (3.05)	9
11. ราคา	10 (7.57)	3 (4.32)	5 (6.11)	18
12. ชื่อเสียงของผู้ผลิต	3 (4.63)	3 (2.64)	5 (3.73)	11
13. รายการพิเศษ	1 (0.84)	1 (0.48)	- (0.68)	2
รวม	186	106	150	442

$$\chi^2_o = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 23.37$$

$$\chi^2_{(.90)(24)} = 33.20$$

ในการทดสอบสมมติฐาน (H_0) ที่ว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ
อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.9 และการทดสอบแบบไควร์สแควร์แสดงความเป็นอิสระ พอสรุปได้ว่า
ผู้ซื้อที่มีระดับรายได้ต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ณ ระดับนัยสำคัญ .90

สรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสำรวจทำให้ทราบว่า ในปัจจุบันมีผู้บริโภคนิยมบริโภคน้ำมันพืช แทนน้ำมันหมู่มาก และในอนาคตมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มสูงขึ้นอีก เหตุผลที่ใช้น้ำมันพืชกันมาก ก็เพราะความสะดวกเป็นส่วนใหญ่ ส่วนเหตุผลที่ชอบใช้น้ำมันหมู่มากก็เพราะช่วยให้อาหารดูอร่อยมากที่สุด รองลงมาคือความเคยชิน

ทางด้านการเลือกใช้ตรายี่ห้อ น้ำมันพืชที่ผู้บริโภคนิยมใช้กันมากมีเพียง 2 ยี่ห้อเท่านั้น คือ ยี่ห้อ กุก และ ทิพ สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว กับการเลือกใช้ตรายี่ห้อ มีเพียงการศึกษาและอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อน้ำมันพืช นั่นคือ เพศ อายุ ขนาดของครอบครัว และรายได้/ครอบครัว มีอิทธิพลในการเลือกชื้อน้ำมันพืชยี่ห้อต่าง ๆ แต่ การจะชื้อยี่ห้อใดขึ้นอยู่กับการศึกษาและอาชีพของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ทางด้านการตัดสินใจชื้อน้ำมันพืช สิ่งที่น่าคำนึงถึงก่อนที่จะตัดสินใจชื้อน้ำมันพืช แต่ละยี่ห้อ ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือตรายี่ห้อ ส่วนสิ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึง เป็นอันดับที่สองตอบว่าคำนึงถึงกลิ่นของน้ำมันพืชมากที่สุด รองลงมาคือคุณภาพของสินค้า และสิ่งที่คำนึงถึงอันดับที่สามที่สำคัญที่สุดคือกลิ่นของน้ำมันพืช รองลงมาคือคุณภาพของสินค้า สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ และรายได้/ครอบครัว กับการตัดสินใจชื้อน้ำมันพืช นั้น มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชื้อน้ำมันพืช มีเพียงขนาดของครอบครัว เท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชื้อหรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจชื้อ

ทางด้านความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ตัวสินค้า ราคา การวางจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย

ด้านตัวสินค้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้น้ำมันพืชที่ตนจะชื้อ ประกอบอาหาร ต้องไม่มีกลิ่น ไม่มีรส และเมล็ดพืชที่ใส่สุก

น้ำมันพืชที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุดคือ เมล็ดถั่วเหลือง รองลงมาคือ เมล็ดข้าว ส่วนผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำมันพืชเลย มีความคิดเห็นว่า ถ้าใช้น้ำมันพืชแล้วจะทำให้อาหารเสียและไม่เชื่อใจในคุณภาพของสินค้าเป็นสำคัญ สำหรับขนาดบรรจุที่บริโภคนิยมมากที่สุดคือ ขนาด 1 ลิตร

ด้านราคา ราคาของน้ำมันพืชในปัจจุบัน ทั้งผู้บริโภคและไม่บริโภค มีความคิดเห็นว่า เหมาะสมแล้วเป็นส่วนใหญ่ และถ้าหากมีกรณีเปลี่ยนแปลงราคาสูงขึ้นไปอีก ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะยังคงซื้อน้ำมันพืชใช้ต่อไปอีก

สถานที่วางจำหน่าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชจากร้านค้าปลีกใกล้บ้าน รองลงมาคือร้านสหกรณ์ ห้างสรรพสินค้า และ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ไม่มีปัญหายากในการหาซื้อ

การส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบการลดราคามากที่สุด รองลงมาคือการให้ของแถม ส่วนการโฆษณาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสามารถช่วยให้ตัดสินใจซื้อหรือเลือกซื้อได้มากพอสมควร การโฆษณาจึงเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายวิธีหนึ่งที่ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายสามารถนำมาใช้ชักจูงผู้บริโภคให้หันมาบริโภคน้ำมันพืชได้อย่างไถ่ผล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย