

บทที่ 4

บทวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านผู้บริโภค ผู้ศึกษาจะใช้ตัวแปร 2 ตัวในการศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำกะทิสำเร็จรูป คือ .-

1. กลุ่มอาชีพของผู้บริโภค
2. ระดับการศึกษาของผู้บริโภค

โดยการใช้อาชีพเป็นตัวแทนปัจจัยภายนอกของผู้บริโภค ใช้ระดับการศึกษาของผู้บริโภคเป็นตัวแทนปัจจัยภายในที่จะให้ทัศนคติและความคิดเห็นต่อน้ำกะทิสำเร็จรูป โดยการแยกกลุ่มอาชีพและระดับการศึกษาออกได้ดังนี้ (ในจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง)

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จำนวน 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.22

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จำนวน 57 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.77

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 172 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 44.56

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จำนวน 98 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.39

กลุ่มอาชีพที่อื่น ๆ แทนอาชีพนอกเหนือที่ระบุ จำนวน 35 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.07

แยกตามระดับการศึกษาได้ดังนี้ .-

ระดับประถมศึกษา จำนวน 35 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.07

ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 121 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 31.35

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 81 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.98

ระดับปริญญาตรี จำนวน 128 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.16

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 21 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.44

นอกจากนี้ผู้ศึกษายังต้องการศึกษาข้อสมมุติฐานเพิ่มเติมที่ว่า  
กลุ่มอาชีพและระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับสิ่งเหล่านี้คือ

- ก. ความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบ
- ข. การเคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป
- ค. ความชอบผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำสำเร็จรูป
- ง. คุณสมบัติของน้ำกะทิ
- จ. สถานที่ที่จำหน่ายน้ำกะทิสำสำเร็จรูป
- ฉ. รสชาติของแกงและของหวานที่ปรุงด้วยน้ำกะทิสำสำเร็จรูป



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 แสดงถึงระดับความชอบอาหารที่รับประทานแต่ละอาชีพ

อาชีพ	ระดับความชอบ					รวม	ระดับความชอบตามเกณฑ์					รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก
	ชอบมาก x 5	ชอบ x 4	ชอบปาน กลาง x 3	ไม่ค่อย ชอบ x 2	ไม่ชอบ x 1		ชอบมาก x 5	ชอบ x 4	ชอบปาน กลาง x 3	ไม่ค่อย ชอบ x 2	ไม่ชอบ x 1		
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	2	7	10	4	1	24	10	28	30	8	1	77	3.21
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	3	15	23	13	3	57	15	60	69	26	3	173	3.04
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	13	39	81	33	6	172	65	156	243	66	6	536	3.12
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	6	21	48	21	2	98	30	84	144	42	2	302	3.08
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	2	9	14	9	1	35	10	36	42	18	1	107	3.06
รวม	26	91	176	80	13	386	130	364	528	160	13	1195	3.10

จากตารางที่ 1 แสดงถึงระดับความชอบอาหารที่มีกะทิของผู้บริโภคในแต่ละอาชีพ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 24 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง (คะแนน = 3) มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 10 ตัวอย่างหรือ 41.67% รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ (คะแนน = 4) จำนวน 7 ตัวอย่างหรือ 29.17% มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ (คะแนน = 2) จำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 16.67% มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบมาก (คะแนน = 5) จำนวน 2 ตัวอย่างหรือ 8.33% และมีตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ (คะแนน = 1) จำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 4.17% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.21 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มแม่บ้านมีระดับความชอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับชอบปานกลาง

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว 57 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง (คะแนน = 3) มากที่สุด เป็นอันดับหนึ่งจำนวน 23 ตัวอย่าง หรือ 40.35% รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ (คะแนน = 4) จำนวน 15 ตัวอย่างหรือ 26.32% มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ (คะแนน = 2) จำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 22.81% มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบมาก (คะแนน = 5) จำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 5.26% และมีตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ (คะแนน = 1) จำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 5.26% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.04 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัวมีระดับความชอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับชอบปานกลาง

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 172 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง (คะแนน = 3) จำนวน 81 ตัวอย่างหรือ 47.09% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ (คะแนน = 4) จำนวน 39 ตัวอย่างหรือ 22.67% ที่เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ (คะแนน = 2) จำนวน 33 ตัวอย่างหรือ 19.19% มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบมาก (คะแนน = 5) จำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 7.56% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ (คะแนน = 1) จำนวน 6 ตัวอย่างหรือ 3.49% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.12 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีความชอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับชอบปานกลาง

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 98 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความชอบอาหารที่มีกะทิตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง (คะแนน = 3) จำนวน 48 ตัวอย่างหรือ 48.98% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ (คะแนน = 4) และไม่ชอบ (คะแนน = 2) จำนวนเท่ากันคือ 21 ตัวอย่างหรือ 21.43% มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบมาก (คะแนน = 5) จำนวน 6 ตัวอย่างหรือ 6.12% และมีตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ (คะแนน = 1) จำนวน 2 ตัวอย่างหรือ 2.04% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.08 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน มีความชอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับชอบปานกลาง

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ 35 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ มีตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง (คะแนน = 3) จำนวน 14 ตัวอย่างหรือ 40% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ (คะแนน = 4) และตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ (คะแนน = 2) จำนวนเท่ากันคือ 9 ตัวอย่างหรือ 25.71% เป็นตัวอย่างระดับชอบมาก (คะแนน = 5) จำนวน 2 ตัวอย่าง 5.71% และมีตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ (คะแนน = 1) จำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 2.86% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.06 สรุปได้ว่าโดยเฉลี่ยชอบในระดับปานกลาง

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง พิจารณาระดับความชอบอาหารที่มีกะทิได้ ดังนี้ เป็นตัวอย่างในระดับชอบมาก จำนวน 26 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.74 เป็นตัวอย่างในระดับชอบ จำนวน 91 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.58 เป็นตัวอย่างในระดับชอบปานกลาง จำนวน 176 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.6 เป็นตัวอย่างในระดับไม่ชอบ จำนวน 80 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.73 เป็นตัวอย่างในระดับไม่ชอบ จำนวน 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.37 จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะมีความชอบอาหารที่มีกะทิในระดับปานกลาง

และจากการเปรียบเทียบในแต่ละอาชีพของผู้บริโภคจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพแม่บ้านมีความชอบอาหารที่มีกะทีก่อนข้างจะมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ

ตารางที่ 2 แสดงถึงระดับความชอบอาหารที่มีกะทิในแต่ละระดับการศึกษา

ความชอบ	ระดับความชอบ					รวม	ระดับความชอบตามเกณฑ์					รวม	เฉลี่ย	
	ชอบมาก	ชอบปานกลาง	ไม่ชอบ	ไม่ชอบ	ชอบมาก		ชอบปานกลาง	ชอบ	ไม่ชอบ	ไม่ชอบ	ไม่ชอบ			
ระดับการศึกษา														
ระดับการศึกษาประถมศึกษา	(22.86%) 8	(14.29%) 5	(42.86%) 15	(11.43%) 4	(8.57%) 3	35	x 5 40	x 4 20	x 3 45	x 2 8	x 1 3	116	3.31	
ระดับการศึกษามัธยมศึกษา	(4.13%) 5	(24.79%) 30	(45.45%) 55	(20.66%) 25	(4.96%) 6	121	25	120	165	50	6	366	3.02	
ระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า	(6.17%) 5	(17.28%) 14	(51.85%) 42	(23.46%) 19	(1.23%) 1	81	25	56	126	38	1	246	3.04	
ระดับการศึกษานุปริญญาตรี	(4.69%) 6	(28.13%) 36	(43.75%) 56	(21.09%) 27	(2.34%) 3	128	30	144	168	54	3	399	3.12	
ระดับการศึกษานุปริญญาตรีขึ้นไป	(9.52%) 2	(28.57%) 6	(38.1%) 8	(23.81%) 5	-	21	10	24	24	10	0	68	3.24	
รวม	(6.74%) 26	(23.58%) 91	(45.6%) 176	(20.73%) 80	(3.37%) 13	386	130	364	528	160	13	1195	3.10	

คิดเป็น

ชอบมาก = 5

ชอบ = 4

ชอบปานกลาง = 3

ไม่ชอบชอบ = 2

ไม่ชอบ = 1

จากตารางที่ 2 แสดงถึงระดับความชอบอาหารที่มีกะทิในแต่ละระดับการศึกษา

จากตัวอย่างในระดับประถมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับประถมศึกษา 35 ตัวอย่าง (100%) ในระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง จำนวน 15 ตัวอย่างหรือ 42.80% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบมาก จำนวน 8 ตัวอย่างหรือ 22.86% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ จำนวน 5 ตัวอย่างหรือ 14.29% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ จำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 11.43% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ จำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 8.57% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.31 สรุปได้ว่าผู้บริโภคระดับประถมศึกษา มีความชอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับชอบปานกลาง

จากตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา 121 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง จำนวน 55 ตัวอย่างหรือ 45.45% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ จำนวน 30 ตัวอย่างหรือ 24.79% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ จำนวน 25 ตัวอย่างหรือ 20.66% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ จำนวน 6 ตัวอย่างหรือ 4.96% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบมาก จำนวน 5 ตัวอย่างหรือ 4.13% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.02 สรุปได้ว่าผู้บริโภคระดับมัศึกษามีความชอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับชอบปานกลาง

จากตัวอย่างในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 81 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ ให้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง จำนวน 42 ตัวอย่างหรือ 51.85% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ จำนวน 19 ตัวอย่างหรือ 23.46% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ จำนวน 14 ตัวอย่างหรือ 17.28% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบมาก จำนวน 5 ตัวอย่างหรือ 6.17% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ จำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 1.23% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.04 สรุปได้ว่าผู้บริโภคระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีความชอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับชอบปานกลาง

จากตัวอย่างในระดับปริญญาตรี พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรี 128 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ ได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง จำนวน 56 ตัวอย่างหรือ 43.75% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ จำนวน 36 ตัวอย่างหรือ 28.13% เป็นตัวอย่างในระดับไม่ค่อยชอบ 27 ตัวอย่างหรือ 21.09% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบมาก จำนวน 6 ตัวอย่างหรือ

4.69% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบ จำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 2.34% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.12 สรุปได้ว่าผู้บริโภครุ่นในระดับปริญญาตรี มีความชอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ย อยู่ในระดับชอบปานกลาง

จากตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป 21 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ ให้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบปานกลาง จำนวน 8 ตัวอย่างหรือ 38.1% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปที่ตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบ จำนวน 6 ตัวอย่างหรือ 28.57% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ จำนวน 5 ตัวอย่างหรือ 23.81% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับชอบมาก จำนวน 2 ตัวอย่างหรือ 9.52% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.24 สรุปได้ว่าผู้บริโภครุ่นในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ชอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ย อยู่ในระดับชอบปานกลาง

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง พิจารณาตามระดับความชอบอาหารที่มีกะทิ เป็นส่วนประกอบได้ตัวอย่างระดับชอบมาก จำนวน 26 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.74 เป็นตัวอย่างระดับชอบ จำนวน 91 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.58 เป็นตัวอย่างชอบปานกลาง จำนวน 176 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.6 เป็นตัวอย่างระดับไม่ค่อยชอบ จำนวน 80 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.73 เป็นตัวอย่างระดับไม่ชอบ จำนวน 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.37 จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่มักมีความชอบอาหารที่มีกะทิในระดับปานกลาง

และจากการเปรียบเทียบในแต่ละระดับการศึกษาของผู้บริโภค จะเห็นว่าผู้บริโภคในระดับประถมศึกษา มีความชอบอาหารที่มีกะทิมากกว่าผู้บริโภคในระดับการศึกษาอื่น ๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 3 แสดงถึงความถี่ในการประกอบอาหารที่มักจะกินเป็นส่วนประกอบแยกตามกลุ่มอาชีพ

อาชีพ	บ่อยมากแทบทุกวัน		บ่อยพอสมควร		ไม่บ่อย		นาน ๆ ครั้ง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	1	4.17	11	45.83	6	25	6	25	24	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	2	3.51	23	40.35	23	40.35	9	15.79	57	100.00
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	1	0.58	64	37.21	67	38.95	40	23.26	172	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัท เอกชน	1	1.02	34	34.69	30	30.61	33	33.67	98	100.00
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	2	5.71	9	25.71	9	25.71	15	42.86	35	100.00
รวม	7	1.81	141	36.53	135	34.97	103	26.68	386	100.00

จากตารางที่ 3 จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง สามารถแยกตามกลุ่มอาชีพของผู้บริโภคได้ดังนี้

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ศึกษาจากจำนวนตัวอย่าง 24 ตัวอย่าง จะได้ความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบตัวอย่างในระดับน้อยมากแทบทุกวัน จำนวน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.17 เป็นตัวอย่างในระดับน้อยพอสมควร จำนวน 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.83 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25 จะเห็นได้ว่ากลุ่มอาชีพแม่บ้าน ส่วนใหญ่ปรุงอาหารที่มีกะทิอยู่ในระดับน้อยพอสมควร

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว ศึกษาจากจำนวนตัวอย่าง 57 ตัวอย่าง จะได้ความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบเป็นตัวอย่างในระดับ บ่อยมากแทบทุกวัน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.51 เป็นตัวอย่างในระดับน้อยพอสมควรจำนวน 23 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40.35 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 23 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40.35 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้งจำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.79 จะเห็นได้ว่ากลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัวส่วนใหญ่ปรุงอาหารที่มีกะทิอยู่ในระดับน้อยพอสมควร

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ศึกษาจำนวนตัวอย่าง 172 ตัวอย่างจะได้ความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบเป็นตัวอย่างในระดับน้อยมากแทบทุกวัน จำนวน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.58 เป็นตัวอย่างในระดับน้อยพอสมควร จำนวน 64 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 37.21 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 67 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 39.95 และเป็นตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 40 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.26 จะเห็นได้ว่ากลุ่มอาชีพที่รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ปรุงอาหารที่มีกะทิอยู่ในระดับไม่บ่อย

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน ศึกษาจากจำนวน 98 ตัวอย่าง จะได้ความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบเป็นตัวอย่างในระดับน้อยมากแทบทุกวัน จำนวน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.02 เป็นตัวอย่างในระดับน้อยพอสมควร จำนวน 34 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.69 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.61 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.67 จะเห็นได้ว่ากลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่จะปรุงอาหารที่มีกะทิอยู่ในระดับน้อยพอสมควร

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ พิจารณาจากจำนวน 35 ตัวอย่าง จะได้ความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบ เป็นตัวอย่างในระดับน้อยมากแทบทุกวัน จำนวน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.71 เป็นตัวอย่างในระดับน้อยพอสมควร จำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.71 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.71 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42.86 จะเห็นได้ว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะปรุงอาหารที่มีกะทิอยู่ในระดับน้อยพอสมควร

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง พิจารณาตามความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบของผู้บริโภคได้ดังนี้ บ่อยมากแทบทุกวัน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.81 เป็นตัวอย่างในระดับน้อยพอสมควร จำนวน 141 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 36.53 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 135 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.97 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 103 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.68 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบน้อยพอสมควร



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพกับความถี่ในการประกอบอาหาร  
ที่มีกะทิ

อาชีพ	บ่อยมากแทบทุกวัน	บ่อยพอสมควร	ไม่บ่อย	นาน ๆ ครั้ง	รวม
กลุ่มอาชีพ แม่บ้าน	1 (0.44)	11 (8.77)	6 (8.39)	6 (6.4)	24
กลุ่มอาชีพทำงาน ส่วนตัว	2 (1.03)	23 (20.82)	23 (19.94)	9 (15.21)	57
กลุ่มอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	1 (3.12)	64 (62.83)	67 (60.16)	40 (45.9)	172
กลุ่มอาชีพทำงาน บริษัทเอกชน	1 (1.78)	34 (35.8)	30 (34.27)	33 (26.15)	98
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	2 (0.63)	9 (12.78)	9 (12.24)	15 (9.34)	35
รวม	7	141	135	103	386

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$\chi^2_c = 20.28 \quad \chi^2 (0.05) (12) = 21.03$$

เพื่อเป็นการทดสอบข้อสมมุติฐานที่ว่า "กลุ่มอาชีพของบุรีรัมย์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิ" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 3 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "กลุ่มอาชีพของบุรีรัมย์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิ"

ตารางที่ 4) แสดงถึงความถี่ในการประกอบอาหารที่ฝึกหัด เป็นส่วนประกอบแยกตามระดับการศึกษา

ความถี่ ระดับการศึกษา	บ่อยมากแทบทุกวัน		บ่อยพอสมควร		ไม่บ่อย		นาน ๆ ครั้ง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	6	28.57	19	54.29	6	28.57	4	11.43	35	100.00
ระดับประถมศึกษา	-	-	53	43.80	35	28.93	33	27.27	121	100.00
ระดับมัธยมศึกษา	-	-	24	29.63	28	34.57	29	35.80	81	100.00
ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	1	0.78	38	29.69	55	42.97	34	26.56	128	100.00
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	-	-	7	33.33	11	52.38	3	14.29	21	100.00
รวม	7	1.81	141	36.53	135	34.97	103	26.68	386	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงถึงความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบแต่ละระดับการศึกษา

จากตัวอย่างระดับประถมศึกษา จะเห็นได้ว่าจากระดับการศึกษาทั้งหมด 35 ตัวอย่าง พิจารณาความถี่ในการประกอบอาหารเป็นตัวอย่างในระดับบ่อยมากแทบทุกวัน จำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.57 เป็นตัวอย่างในระดับบ่อยพอสมควร จำนวน 19 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 54.29 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.57 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 4 ตัวอย่าง คิดเป็นตัวอย่างร้อยละ 11.43 จะเห็นได้ว่าตัวอย่างในระดับประถมศึกษา มีความถี่ในการปรุงอาหารที่มีกะทิในระดับบ่อยพอสมควร

จากตัวอย่างมัธยมศึกษา จะเห็นได้ว่าจากระดับมัธยมศึกษา ทั้งหมด 121 ตัวอย่าง พิจารณาความถี่ในการประกอบอาหาร เป็นตัวอย่างในระดับบ่อยพอสมควร จำนวน 53 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 43.80 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 35 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.93 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 27.27 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา มีความถี่ในการปรุงอาหารที่มีกะทิในระดับบ่อยพอสมควร

จากตัวอย่างระดับอนุปริญาตรหรือเทียบเท่า จะเห็นได้ว่าจากระดับอนุปริญาตรหรือเทียบเท่า ทั้งหมด 81 ตัวอย่าง พิจารณาความถี่ในการประกอบอาหาร เป็นตัวอย่างในระดับบ่อยพอสมควร จำนวน 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.63 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 28 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.57 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 29 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 35.80 จะเห็นได้ว่าตัวอย่างในระดับอนุปริญาตรหรือเทียบเท่า มีความถี่ในการปรุงอาหารที่มีกะทิในระดับนาน ๆ ครั้ง

จากตัวอย่างระดับปริญาตรี จะเห็นได้ว่าจากระดับปริญาตรี ทั้งหมด 128 ตัวอย่าง พิจารณาความถี่ในการประกอบอาหารเป็นตัวอย่างในระดับบ่อยมากแทบทุกวัน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.78 เป็นตัวอย่างในระดับบ่อยพอสมควร จำนวน 38 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.69 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 55 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42.97 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 34 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.56 จะเห็นได้ว่าตัวอย่างในระดับปริญาตรี มีความถี่ในการปรุงอาหารที่มีกะทิในระดับไม่บ่อย

จากตัวอย่างระดับปริญาตรีขึ้นไป จะเห็นได้ว่าจากระดับปริญาตรีขึ้นไป ทั้งหมด 21 ตัวอย่าง พิจารณาความถี่ในการประกอบอาหาร เป็นตัวอย่างในระดับบ่อยพอสมควร จำนวน 7

ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.33 เป็นตัวอย่างในระดับไม่บ่อย จำนวน 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 52.38 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.29 จะเห็นได้ว่าตัวอย่างในระดับปรีชาตริขึ้นไป มีความถี่ในการปรุงอาหารที่มีกะทิในระดับไม่บ่อย

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง พิจารณาตามความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบได้ดังนี้ เป็นตัวอย่างในระดับบ่อยมากแทบทุกวัน จำนวน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.81 เป็นตัวอย่างในระดับบ่อยพอสมควร จำนวน 141 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 36.53 เป็นตัวอย่างในระดับ ไม่บ่อย จำนวน 135 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.97 และตัวอย่างในระดับนาน ๆ ครั้ง จำนวน 103 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.68 ฉะนั้นจะเห็นว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูงจะปรุงอาหารที่มีกะทิไม่บ่อยนัก



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิ

ระดับการศึกษา	บ่อยมากแทบทุกวัน	บ่อยพอสมควร	ไม่บ่อย	นาน ๆ ครั้ง	รวม
ระดับประถมศึกษา	6 (0.63)	12 (12.78)	6 (12.24)	4 (9.34)	35
ระดับมัธยมศึกษา	0 (2.19)	53 (44.2)	35 (42.32)	33 (32.29)	121
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	0 (1.47)	24 (29.59)	28 (28.33)	29 (21.61)	81
ระดับปริญญาตรี	1 (2.32)	38 (46.76)	55 (44.77)	34 (34.16)	128
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	0 (0.38)	7 (7.67)	11 (7.34)	3 (5.60)	21
รวม	7	141	135	103	386

$$\chi^2_C = 73.53 \quad \chi^2 (0.05) (12) = 21.03$$

เพื่อเป็นการทดสอบข้อสมมุติฐานที่ว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการประกอบอาหารที่มีกะทิ" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการประกอบอาหาร"



ตารางที่ 5 แสดงถึงระดับความไม่ยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิในแต่ละอาชีพ

อาชีพ	ระดับความยุ่งยาก		รวม	ระดับความยุ่งยากตามเกณฑ์				รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก
	มาก			ยุ่งยากมาก x 4	ยุ่งยากพอ ประมาณ x 3	ยุ่งยากน้อย x 2	ไม่ยุ่งยากเลย x 1		
	พอประมาณ	น้อย							
กลุ่มอาชีพหมักมัน	(4.17%) 1	(54.17%) 13	(29.17%)(12.5%) 7 3	4	39	14	3	60	2.5
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	(15.79%) 9	(54.39%) 31	(17.54%)(12.28%) 10 7	36	93	20	7	156	2.74
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	(9.30%) 16	(69.19%) 119	(6.4%)(15.12%)(100%) 11 26	64	357	22	26	469	2.73
กลุ่มอาชีพงานบริษัทเอกชน กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	(11.22%) 11	(68.37%) 67	(8.16%)(12.24%)(100%) 8 12	44	201	16	12	273	2.79
รวม	(11.43%) 4	(71.43%) 25	(2.86%)(14.29%)(100%) 1 5	164	765	74	53	1056	2.74
	(10.62%) 41	(66.06%) 255	(9.59%)(13.73%)(100%) 37 53						

คะแนน      ยุ่งยากมาก = 4    ยุ่งยากพอประมาณ = 3    ยุ่งยากน้อย = 2    ไม่ยุ่งยาก = 1

จากตารางที่ 5 แสดงถึงระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิในแต่ละอาชีพ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 24 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิ ได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากพอประมาณ 13 ตัวอย่างหรือ 54.17% มากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างในระดับยุ่งยากน้อย จำนวน 7 ตัวอย่างหรือ 29.17% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ยุ่งยาก จำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 12.5% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากมาก จำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 4.17% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.5 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพแม่บ้านมีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างยุ่งยากพอประมาณ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว 57 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิ ได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากพอประมาณ จำนวน 31 ตัวอย่างหรือ 54.39% มากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากน้อย จำนวน 10 ตัวอย่างหรือ 17.54% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากมาก จำนวน 9 ตัวอย่างหรือ 15.79% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ยุ่งยาก จำนวน 7 ตัวอย่างหรือ 12.28% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.74 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัวมีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างยุ่งยากพอประมาณ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 172 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิ เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากพอประมาณ จำนวน 119 ตัวอย่างหรือ 69.19% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ยุ่งยาก จำนวน 26 ตัวอย่างหรือ 15.12% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากมาก จำนวน 16 ตัวอย่างหรือ 9.30% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากน้อย จำนวน 11 ตัวอย่างหรือ 6.4% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.73 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับยุ่งยากพอประมาณ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 98 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิ ได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากพอประมาณ จำนวน 67 ตัวอย่างหรือ 68.37% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ยุ่งยากจำนวน 12 ตัวอย่างหรือ 12.24% เป็น

ตัวอย่างในระดับยุ่งยากมาก 11 ตัวอย่างหรือ 11.22% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับ  
ยุ่งยากน้อย จำนวน 8 ตัวอย่างหรือ 8.16% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.79 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่ม  
อาชีพทำงานบริษัทเอกชน มีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้าง  
ยุ่งยากพอประมาณ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ 35  
ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิ ได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับ  
ยุ่งยากพอประมาณ 25 ตัวอย่างหรือ 71.43% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ใน  
ในระดับไม่ยุ่งยาก จำนวน 5 ตัวอย่างหรือ 14.29% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากมากจำนวน  
4 ตัวอย่างหรือ 11.43% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากน้อย จำนวน 1 ตัวอย่างหรือ  
2.86% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.8 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีความรู้สึกต่อการประกอบ  
อาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะยุ่งยากพอประมาณ

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง พิจารณาถึงความยุ่งยากในการ  
ประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นตัวอย่างที่รู้สึกว่ายุ่งยากมากจำนวน 41 ตัวอย่างหรือร้อยละ 10.62  
เป็นตัวอย่างที่รู้สึกว่ายุ่งยากพอประมาณ จำนวน 255 ตัวอย่างหรือร้อยละ 66.06 เป็นตัวอย่าง  
ที่รู้สึกว่ายุ่งยากน้อย จำนวน 37 ตัวอย่างหรือร้อยละ 9.59 เป็นตัวอย่างที่รู้สึกว่าไม่ยุ่งยากเลย  
จำนวน 53 ตัวอย่างหรือร้อยละ 13.73 ฉะนั้นแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีระดับความ  
ยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิยุ่งยากพอประมาณ

และจากการเปรียบเทียบในกลุ่มอาชีพต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ  
มีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิอยู่ในระดับที่ยุ่งยากมากกว่ากลุ่มอื่นในระดับเดียวกัน

ตารางที่ 6 >

แสดงถึงระดับความพึงพอใจในการประกอบอาหารที่โรงกษัตริย์ในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ระดับความพึงพอใจ				รวม	ระดับความพึงพอใจตามเกณฑ์				รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก
	พียงมาก x-4	พียงมากพอ x-3	พียงน้อย x-2	ไม่พียง ยากเลย x-1		พียงมาก x-4	พียงมากพอ x-3	พียงน้อย x-2	ไม่พียง ยากเลย x-1		
ระดับประถมศึกษา	(14.29%) 5	(71.43%) 25	(5.71%) 2	(8.57%) 3	(100%) 35	20	75	4	3	102	2.91
ระดับมัธยมศึกษา	(8.26%) 10	(65.29%) 79	(9.09%) 11	(17.36%) 21	(100%) 121	40	237	22	21	320	2.64
ระดับอนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	(8.64%) 7	(61.73%) 50	(13.58%) 11	(16.05%) 13	(100%) 81	28	150	22	13	213	2.63
ระดับปริญญาตรี	(14.84%) 19	(66.41%) 85	(7.03%) 9	(11.72%) 15	(100%) 128	76	255	18	15	364	2.84
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	-	(76.19%) 16	(19.05%) 4	(4.76%) 1	(100%) 21	0	48	8	1	57	2.71
รวม	(10.62%) 41	(66.06%) 255	(9.59%) 37	(13.73%) 53	(100%) 386	164	765	74	53	1056	2.74

คะแนน พียงมาก = 4 พียงมากพอประมาณ = 3 พียงน้อย = 2 ไม่พียงยาก = 1

จากตารางที่ 6 แสดงถึงระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิในแต่ละระดับการศึกษา

จากตัวอย่างในระดับประถม พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับประถมศึกษา 35 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิ ได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากพอประมาณ จำนวน 25 ตัวอย่างหรือ 71.43% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากมาก จำนวน 5 ตัวอย่างหรือ 14.29% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ยุ่งยาก 3 ตัวอย่างหรือ 8.57% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากน้อย จำนวน 2 ตัวอย่างหรือ 5.71% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.91 สรุปได้ว่าผู้บริโภครุ่นประถมศึกษา มีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะยุ่งยากพอประมาณ

จากตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา 121 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิ ได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากพอประมาณ จำนวน 79 ตัวอย่างหรือ 65.29% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ยุ่งยาก จำนวน 21 ตัวอย่างหรือ 17.36% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากน้อย จำนวน 11 ตัวอย่างหรือ 9.09% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากมาก จำนวน 10 ตัวอย่างหรือ 8.26% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.64 สรุปได้ว่าผู้บริโภครุ่นมัธยมศึกษา มีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะยุ่งยากพอประมาณ

จากตัวอย่างในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า 81 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากพอประมาณ จำนวน 50 ตัวอย่างหรือ 61.73% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปได้แก่ตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ยุ่งยาก จำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 16.05% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากน้อย จำนวน 11 ตัวอย่างหรือ 13.58% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากมาก จำนวน 7 ตัวอย่างหรือ 8.64% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.63 สรุปได้ว่าผู้บริโภครุ่นในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะยุ่งยากพอประมาณ

จากตัวอย่างในระดับปริญญาตรี พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรี 128 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากพอประมาณ จำนวน 85 ตัวอย่างหรือ 66.41% มากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือ

ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากมาก จำนวน 19 ตัวอย่างหรือ 14.84% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ยุ่งยาก จำนวน 15 ตัวอย่างหรือ 11.72% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากน้อย จำนวน 9 ตัวอย่างหรือ 7.03% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.84 สรุปได้ว่าผู้บริโภคนั้นระดับปริญญาตรี มีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะยุ่งยากพอสมควร

จากตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป 21 ตัวอย่าง (100%) ของระดับความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิ ได้ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากพอสมควร จำนวน 16 ตัวอย่างหรือ 76.19% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปได้แก่ตัวอย่างที่อยู่ในระดับยุ่งยากน้อย จำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 19.05% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ยุ่งยาก จำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 4.76% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.71 สรุปได้ว่าผู้บริโภคนั้นระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะยุ่งยากพอสมควร

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง พิจารณาถึงความยุ่งยากในการประกอบอาหารที่มีกะทิเป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่ายุ่งยากมาก จำนวน 41 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10.62 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่ายุ่งยากพอสมควร จำนวน 255 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 66.06 เป็นตัวอย่างที่รู้สึกว่ายุ่งยากน้อย จำนวน 37 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.59 เป็นตัวอย่างที่รู้สึกว่าไม่ยุ่งยากเลย จำนวน 53 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.73 ฉะนั้นผู้บริโภคนั้นส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิอยู่ในระดับยุ่งยากพอสมควร

และจากการเปรียบเทียบในแต่ละระดับการศึกษาของผู้บริโภค จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในระดับประถมศึกษา มีความรู้สึกยุ่งยากต่อการประกอบอาหารที่มีกะทิมากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ

ตารางที่ 7 แสดงถึงระดับความรู้สึกเกี่ยวกับการสัมมนาในแต่ละอาชีพ

อาชีพ	ระดับการเสียเวลา				รวม	ระดับการเสียเวลาตามเกณฑ์				รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก
	เสียเวลา มาก x 4	เสียเวลาพอ ประมาณ x 3	เสียเวลาน้อย x 2	ไม่เสียเวลา เลย x 1		เสียเวลา มาก x 4	เสียเวลาพอ ประมาณ x 3	เสียเวลาน้อย x 2	ไม่เสีย เวลาเลย x 1		
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	(8.33%) 2	(70.83%) 17	(12.5%) 3	(8.33%) 2	(100%) 24	8	51	6	2	67	2.79
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	(22.81%) 13	(54.39%) 31	(14.04%) 8	(8.77%) 5	(100%) 57	52	93	16	5	166	2.91
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐ วิสาหกิจ	(18.60%) 32	(66.86%) 115	(7.56%) 13	(6.98%) 12	(100%) 172	128	345	26	12	511	2.97
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	(18.37%) 18	(68.37%) 67	(9.18%) 9	(4.08%) 4	(100%) 98	72	201	18	4	295	3.01
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	(14.29%) 5	(74.29%) 26	(8.57%) 3	(2.86%) 1	(100%) 35	20	78	6	1	105	3
รวม	(18.13%) 70	(66.32%) 256	(9.33%) 36	(6.22%) 24	(100%) 386	280	768	72	24	1144	2.96

คะแนน เสียเวลามาก = 4 เสียเวลาพอประมาณ = 3 เสียเวลาน้อย = 2 ไม่เสียเวลา = 1

จากตารางที่ 7 แสดงถึงระดับการเสียเวลาในการคั้นกะทิในแต่ละกลุ่มอาชีพ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ทิศารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 24 ตัวอย่าง (100%) ผู้บริโภคมีทัศนคติเกี่ยวกับการเสียเวลาในการคั้นกะทิอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 17 ตัวอย่างหรือ 70.83% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปได้แก่ตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อย จำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 12.5% และตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลามากและไม่เสียเวลา จำนวนอย่างละ 2 ตัวอย่างหรือ 8.33% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.79 สรุปได้ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติเกี่ยวกับเสียเวลาในการคั้นกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะเสียเวลาพอประมาณ

จากตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว ทิศารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว 57 ตัวอย่าง (100%) ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการคั้นกะทิอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 31 ตัวอย่างหรือ 54.39% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลามาก จำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 22.81% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อย จำนวน 8 ตัวอย่างหรือ 14.04% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่เสียเวลา 5 ตัวอย่างหรือ 8.77% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.91 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัวมีทัศนคติต่อการคั้นกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะเสียเวลาพอประมาณ

จากตัวอย่างในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ทิศารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 172 ตัวอย่าง (100%) ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการคั้นกะทิอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 115 ตัวอย่างหรือ 66.86% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปได้แก่ตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลามาก จำนวน 32 ตัวอย่างหรือ 18.60% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อย จำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 7.56% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่เสียเวลา จำนวน 12 ตัวอย่างหรือ 6.98% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.97 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีทัศนคติต่อการคั้นกะทิโดยเฉลี่ยค่อนข้างจะเสียเวลาพอประมาณ

จากตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน ทิศารณาจากจำนวนตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 98 ตัวอย่าง (100%) ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเสียเวลาในการคั้นกะทิอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 67 ตัวอย่างหรือ 68.37% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลามาก จำนวน 18 ตัวอย่างหรือ 18.37% เป็นตัวอย่าง



ที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อย จำนวน 9 ตัวอย่างหรือ 9.18% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่เสียเวลา จำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 4.08% เจสส์น้ำหนักได้ 3,01 สรุปได้ว่าผู้บริโภคนในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน มีทัศนคติต่อการคืนกะกินในระดับที่เสียเวลาพอประมาณ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ที่พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ 35 ตัวอย่าง (100%) ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเสียเวลาในการคืนกะกินอยู่ในระดับที่เสียเวลาพอประมาณ 26 ตัวอย่าง หรือ 74.29% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลามาก 5 ตัวอย่างหรือ 14.29% ตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อยจำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 8.57% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่เสียเวลาจำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 2.86% เจสส์น้ำหนักได้ 3 สรุปได้ว่าผู้บริโภคนในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีทัศนคติต่อการคืนกะกินโดยเฉลี่ยเสียเวลาพอประมาณ

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง ที่พิจารณาถึงความรู้สึกในการคืนกะกินมีความรู้สึกว่าจะเสียเวลามาก 70 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.13 เสียเวลาพอประมาณ 256 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 66.32 เสียเวลาน้อย จำนวน 36 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.33 ไม่เสียเวลา จำนวน 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.22 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคนส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อการคืนกะกินในระดับเสียเวลาพอประมาณ

และจากการเปรียบเทียบในกลุ่มอาชีพต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคนในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชนมีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการคืนกะกินมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 ก แสดงถึงระดับความรู้สึกเกี่ยวกับการทำคะแนนในแต่ละระดับการศึกษา

การเสียเวลา ระดับการศึกษา	ระดับการเสียเวลา				รวม	ระดับการเสียเวลาตามเกณฑ์				รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก
	เสียเวลา มาก		เสียเวลาน้อย			เสียเวลา มาก x 4	เสียเวลา ประมาณ x 3	เสียเวลา น้อย x 2	ไม่เสียเวลา x 1		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
ระดับประถมศึกษา	17	(14.05%)	80	(66.12%)	68	240	22	13	343	2.83	
ระดับมัธยมศึกษา	13	(16.05%)	51	(62.96%)	52	153	22	6	233	2.88	
ระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่า	32	(25%)	83	(64.84%)	128	249	18	4	399	3.12	
ระดับปริญญาตรี	4	(19.05%)	14	(66.67%)	16	42	6	-	64	3.05	
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	70	(18.13%)	256	(66.32%)	280	768	72	24	1144	2.96	
รวม					386						

คะแนน เสียเวลามาก = 4 เสียเวลาพอสมควร = 3 เสียเวลาน้อย = 2 ไม่เสียเวลา = 1

จากตารางที่ 8 แสดงถึงระดับการเสียเวลาในการค้นคว้าในแต่ละระดับการศึกษา

จากตัวอย่างในระดับประถมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับประถมศึกษา 35 ตัวอย่าง (100%) ผู้บริโภคมีทัศนคติเกี่ยวกับการเสียเวลาในการค้นคว้าอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 28 ตัวอย่างหรือ 80% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปที่ตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลามาก จำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 11.43% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อย จำนวน 2 ตัวอย่างหรือ 5.71% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่เสียเวลา จำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 2.86% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3 สรุปได้ว่าผู้บริโภคที่อยู่ในระดับประถมศึกษาที่มีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นคว้าโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ

จากตัวอย่างในระดับศึกษามัธยมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา 121 ตัวอย่าง (100%) ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นคว้าอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 80 ตัวอย่างหรือ 66.12% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปที่ตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลามาก จำนวน 17 ตัวอย่างหรือ 14.05% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่เสียเวลา จำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 10.74% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อย จำนวน 11 ตัวอย่างหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.83 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในระดับมัศึกษามีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นคว้าโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะเสียเวลาพอประมาณ

จากตัวอย่างในระดับศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า 81 ตัวอย่าง (100%) ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นคว้าอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 51 ตัวอย่างหรือ 62.96% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปที่ตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลามาก จำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 16.05% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อย จำนวน 11 ตัวอย่างหรือ 13.58% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่เสียเวลา จำนวน 6 ตัวอย่างหรือ 7.41% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.88 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าที่มีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นคว้าโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะเสียเวลาพอประมาณ

จากตัวอย่างในระดับปริญญาตรี พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรี 128 ตัวอย่าง (100%) ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นคว้าอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 83 ตัวอย่างหรือ 64.84% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปที่ตัวอย่างที่อยู่ในระดับ

เสียเวลามาก จำนวน 32 ตัวอย่างหรือ 25% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อย 9 ตัวอย่างหรือ 7.03% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่เสียเวลา จำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 3.13% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.12 สรุปได้ว่าผู้บริโภคระดับปริญญาตรีมีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นหาก็โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ

จากตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป 21 ตัวอย่าง (100%) ผู้บริโภคระดับปริญญาตรีมีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นหาก็อยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 14 ตัวอย่างหรือ 66.67% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลามาก จำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 19.05% และเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับเสียเวลาน้อย จำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 14.29% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.05 สรุปได้ว่าผู้บริโภคระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นหาก็โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง พิจารณาความรู้สึกในการค้นหาก็แยกตามระดับการศึกษาได้ เสียเวลามาก จำนวน 70 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.13 เป็นระดับเสียเวลาพอประมาณ จำนวน 256 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 66.32 เป็นระดับเสียเวลาน้อย จำนวน 36 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.33 และเป็นระดับที่ไม่เสียเวลาจำนวน 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.22 ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าผู้บริโภครุ่นใหม่ส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อการค้นหาก็อยู่ในระดับเสียเวลาพอประมาณ

และการจากเปรียบเทียบในแต่ละระดับการศึกษาของผู้บริโภค จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคระดับปริญญาตรีมีทัศนคติต่อการเสียเวลาในการค้นหาก็มากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ

ตารางที่ 9 แสดงถึงการเคยใช้หรือไม่เคยใช้แยกตามกลุ่มอาชีพ

การใช้อาชีพ	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	11	45.83	13	54.17	24	100
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	21	36.84	36	63.16	57	100
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	76	44.19	96	55.81	172	100
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	28	28.57	70	71.43	98	100
กลุ่มอาชีพอื่นๆ	14	40	21	60	35	100
รวม	150	38.86	236	61.14	386	100

จากตารางที่ 9 แสดงถึงการเคยใช้หรือไม่เคยใช้ในแต่ละอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ทั้งหมด 24 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.83 เป็นผู้ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 54.17

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว ทั้งหมด 57 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 21 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 36.84 เป็นผู้ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 36 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 63.16

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พิจารณาจากตัวอย่างทั้งหมด 172 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 76 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 44.19 เป็นผู้ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 96 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 55.81

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน พิจารณาจากตัวอย่างทั้งหมด 98 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 28 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.57 เป็นผู้ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 70 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 71.43

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมด 35 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้ฟ้าทะกิส้าเรีจรูป 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40 ผู้ไม่เคยใช้ฟ้าทะกิส้าเรีจรูป 21 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 60

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 386 ตัวอย่าง พิจารณาแยกเป็นผู้เคยใช้ฟ้าทะกิส้าเรีจรูป 150 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.86 ผู้ไม่เคยใช้ฟ้าทะกิส้าเรีจรูป 236 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 61.14 ฉะนั้นแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้ฟ้าทะกิส้าเรีจรูป มีมากกว่า ผู้ที่เคยใช้และกลุ่มอาชีพแม่บ้าน เคยใช้ฟ้าทะกิส้าเรีจรูปมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพกับการ เคยใช้น้ำกะทิ  
สำเร็จรูป

อาชีพ	เคยใช้	ไม่เคยใช้	รวม
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	11 (9.33)	13 (14.67)	24
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	21 (22.15)	36 (34.85)	57
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	76 (66.84)	96 (105.16)	172
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	28 (38.08)	70 (59.92)	98
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	14 (13.60)	21 (21.4)	35
รวม	150	236	386

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$X_C^2 = 7.04 \quad X^2 (0.05) (4) = 9.49$$

เพื่อเป็นการทดสอบข้อสมมุติฐานที่ว่า "กลุ่มอาชีพของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับการ  
เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 9 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความ  
เป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "กลุ่มอาชีพของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับการเคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป"

ตารางที่ 10 แสดงถึงการเคยใช้หรือไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปแยกตามระดับการศึกษา

การใช่ ระดับการศึกษา	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	11	31.43	24	68.57	35	100
ระดับมัธยมศึกษา	39	32.23	82	67.77	121	100
ระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า	33	40.74	48	59.26	81	100
ระดับปริญญาตรี	56	43.75	72	56.25	128	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	11	52.38	10	47.62	21	100
รวม	150	38.86	236	61.14	386	100

จากตารางที่ 10 แสดงถึงการเคยใช้และไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละระดับการศึกษา

จากตัวอย่างระดับประถมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างระดับประถมศึกษาทั้งหมด 35 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 31.43 เป็นผู้ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 68.57

จากตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษาทั้งหมด 121 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 39 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.23 เป็นผู้ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 82 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 67.77

จากตัวอย่างระดับอนุปริญาตรีหรือเทียบเท่า พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญาหรือเทียบเท่า ทั้งหมด 81 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40.74 เป็นผู้ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 48 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 59.26



จากตัวอย่างระดับปริญญาตรี พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรี ทั้งหมด 128 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 56 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 43.75 เป็นผู้ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 72 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 56.25

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทั้งหมด 21 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 52.38 เป็นผู้ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 47.62

จากจำนวนตัวอย่าง 386 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.86 เป็นผู้ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป 236 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 61.14 ฉะนั้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้มีมากกว่ากลุ่มที่เคยใช้ และผู้บริโภคในระดับปริญญาตรีขึ้นไป เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปมากกว่าระดับอื่น

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 ก. แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการ เคยใช้ น้ำกะทิสำเร็จรูป

ระดับการศึกษา	เคยใช้	ไม่เคยใช้	รวม
ระดับประถมศึกษา	11 (13.6)	24 (21.4)	35
ระดับมัธยมศึกษา	39 (47.02)	82 (73.98)	121
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	33 (31.48)	48 (49.52)	81
ระดับปริญญาตรี	56 (49.74)	72 (78.26)	128
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	11 (8.16)	10 (12.84)	21
รวม	150	236	386

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$\chi^2_c = 6.09 \quad \chi^2_{(0.05)(4)} = 9.49$$

เพื่อเป็นการทดสอบข้อสมมุติฐานที่ว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับการเคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 10 ก และแบบทดสอบไคส์แควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับการเคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป"

ตารางที่ 11 แสดงถึงการรู้จักหรือไม่รู้จักนักศึกษารูปของกลุ่มที่ไม่เคยใช้แยกตามอาชีพ

อาชีพ	การรู้จัก		ไม่รู้จัก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	13	100	-	-	13	100
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	34	94.44	2	5.56	36	100
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	91	94.79	5	5.21	96	100
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	62	88.57	8	11.43	70	100
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	20	95.24	1	4.76	21	100
รวม	220	93.22	16	6.78	236	100

จากตารางที่ 11 แสดงถึงการรู้จักและไม่รู้จักนักศึกษารูปในแต่ละอาชีพ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมดที่ไม่เคยใช้นักศึกษารูป 13 ตัวอย่าง ผลิตรถยนต์นักศึกษารูปเป็นที่รู้จักของกลุ่มอาชีพที่ 1 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 36 ตัวอย่าง เป็นผู้รู้จักนักศึกษารูป 34 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 94.44 เป็นผู้ที่ไม่รู้จักนักศึกษารูป 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.56

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 96 ตัวอย่าง เป็นผู้รู้จักผลิตรถยนต์นักศึกษารูป 91 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 94.79 เป็นผู้ที่ไม่รู้จัก 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.21

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 70 ตัวอย่าง เป็นผู้รู้จักผลิตรถยนต์นักศึกษารูป 62 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 88.57 เป็นผู้ไม่รู้จักผลิตรถยนต์นักศึกษารูป 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.43

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 21 ตัวอย่าง เป็นผู้  
 รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูป 20 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 95.24 เป็นผู้ที่ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์  
 น้ำกะทิสำเร็จรูป 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.76

จากจำนวนตัวอย่างของกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูป  
 236 ตัวอย่าง ทิวาณาแยกเป็นผู้ที่รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูป 220 ตัวอย่าง คิดเป็น  
 ร้อยละ 93.22 เป็นผู้ที่ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูป 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.78  
 จะเห็นแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูป



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 แสดงถึงการรู้จักและไม่รู้จักนักวิทยาศาสตร์เชิงรูปของกลุ่มที่ไม่เคยใช้แยกตามระดับการศึกษา

การรู้จัก ระดับการศึกษา	รู้จัก		ไม่รู้จัก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	19	79.17	5	20.83	24	100
ระดับมัธยมศึกษา	75	91.46	7	8.54	82	100
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	44	91.67	4	8.33	48	100
ระดับปริญญาตรี	72	100	-	-	72	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	10	100	-	-	10	100
รวม	220	93.22	16	6.78	236	100

จากตารางที่ 12 แสดงถึงการรู้จักและไม่รู้จักนักวิทยาศาสตร์ในแต่ระดับการศึกษา

จากตัวอย่างระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างของระดับประถมศึกษา ทั้งหมด 24 ตัวอย่าง เป็นผู้รู้จักผลิตภัณฑ์วิทยาศาสตร์เชิงรูป 19 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 79.17 เป็นผู้ที่ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์วิทยาศาสตร์เชิงรูป 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.83

จากตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างของระดับมัธยมศึกษา ทั้งหมด 82 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่รู้จักผลิตภัณฑ์วิทยาศาสตร์เชิงรูป 75 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 91.46 เป็นผู้ที่ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์วิทยาศาสตร์เชิงรูป 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.54

จากตัวอย่างระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่างของระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ทั้งหมด 48 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่รู้จักผลิตภัณฑ์วิทยาศาสตร์เชิงรูป 44 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 91.67 เป็นผู้ที่ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์วิทยาศาสตร์เชิงรูป 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.33

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่างของระดับปริญญาตรี ทั้งหมด 72 ตัวอย่าง เป็นผู้รู้จักผลิตภัณฑ์วิทยาศาสตร์เชิงรูปทั้ง 72 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่างของระดับปริญญาตรีขึ้นไป  
ทั้งหมด 10 ตัวอย่าง เป็นผู้รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำทะเลสาบเรีจรูปทั้ง 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100

จากตัวอย่างของกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้น้ำทะเลสาบเรีจรูป 236 ตัวอย่าง ทิศารณา  
แยกเป็นผู้รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำทะเลสาบเรีจรูป 220 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 93.22 เป็นผู้ที่ไม่รู้จัก  
ผลิตภัณฑ์น้ำทะเลสาบเรีจรูป 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.78 ฉะนั้นแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์  
น้ำทะเลสาบเรีจรูปเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูง ๆ



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 แสดงถึงลักษณะการรู้สึกลดลงที่ภาคีอาสาเรีงรูปแบบตามกลุ่มอาชีพ

อาชีพ/ลักษณะ	ร้อยละ		คนชั้นแนะนำ		เห็นผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	12	63.16	2	10.53	5	26.32	-	-	19	100
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	33	57.89	2	3.51	22	38.6	-	-	57	100
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐ- วิสาหกิจ	89	69.53	7	5.47	32	25.0	-	-	128	100
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	60	75.95	8	10.13	11	13.92	-	-	79	100
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	21	67.74	4	12.90	6	19.35	-	-	31	100
รวม	215	68.47	23	7.32	76	24.20	-	-	314	100

จากตารางที่ 13 แสดงถึงลักษณะการรู้จักผลิตภัณฑ์น้ำทะเลสำเร็จรูปในแต่ละอาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

จากตัวอย่างกลุ่มแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างของกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ทั้งหมด 13 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 19 คำตอบ พิจารณาได้ว่าเป็นตัวอย่างที่รู้จักน้ำทะเลสำเร็จรูปจากการโฆษณา 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 63.16 จากการที่บุคคลอื่นแนะนำ 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.53 จากการที่เคยเห็นผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.32

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างของกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว ทั้งหมด 34 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 57 คำตอบ พิจารณาได้ว่าเป็นตัวอย่างที่รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำทะเลสำเร็จรูปจากการโฆษณา 33 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 57.89 จากการที่บุคคลอื่นแนะนำ 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.51 จากการที่เคยเห็นผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 38.6

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่างของกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ทั้งหมด 91 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 128 คำตอบ พิจารณาได้ว่าเป็นตัวอย่างที่รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำทะเลสำเร็จรูปจากการโฆษณา 89 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 69.53 จากการที่บุคคลอื่นแนะนำ 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.47 จากการที่เคยเห็นผลิตภัณฑ์ 32 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างของกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน ทั้งหมด 62 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 79 คำตอบ พิจารณาได้ว่าเป็นตัวอย่างที่รู้จักน้ำทะเลสำเร็จรูปจากการโฆษณา 60 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 75.95 จากการที่บุคคลอื่นแนะนำ 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.13 และจากการที่เคยเห็นผลิตภัณฑ์ 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.92

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่างของกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมด 20 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 31 คำตอบ พิจารณาได้ว่าเป็นตัวอย่างที่รู้จักผลิตภัณฑ์น้ำทะเลสำเร็จรูปจากการโฆษณา 21 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 67.74 จากการที่บุคคลอื่นแนะนำ 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.90 และจากการที่เคยเห็นผลิตภัณฑ์ 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.35



ผู้บริโภคล้วนใหญ่รู้จักน้ำกะทิสำเร็จรูปจากการโฆษณา ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ตอบจำนวน  
215 คำตอบ หรือร้อยละ 68.47 เป็นตัวอย่างที่รู้จักจากการที่คนอื่นแนะนำ 23 คำตอบ หรือ  
ร้อยละ 7.32 และรู้จักการเห็นผลิตภัณฑ์ จำนวน 76 คำตอบ หรือร้อยละ 24.20



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงถึงลักษณะการรัฐสวัสดิการที่มีลักษณะที่สำเร็จรูปแบบตามระดับการศึกษา

การรัฐสวัสดิการศึกษา	: ใช้งบ		บุคคลชั้นแนะนำ		เห็นผลดีทั้งที่ ด้วยตัว 104		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	19	79.17	4	16.67	1	4.17	-	-	24	100
ระดับมัธยมศึกษา	73	72.28	8	7.92	20	19.80	-	-	101	100
ระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่า	42	65.63	4	6.25	18	28.13	-	-	64	100
ระดับปริญญาตรี	71	63.96	5	4.50	35	31.53	-	-	111	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	10	71.43	2	14.29	2	14.29	-	-	14	100
รวม	215	68.47	23	7.32	76	24.20	-	-	314	100

จากตารางที่ 14 แสดงถึงลักษณะการรู้จักผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละระดับการศึกษา

จากตัวอย่างระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 19 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 24 คำตอบ พิจารณาได้ว่ารู้จักน้ำกะทิล้างเสร็จรูปจากการโฆษณา 19 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 79.17 จากการศึกษาที่บุคคลอื่นแนะนำ 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.67 จากการศึกษาที่เห็นผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.17

จากตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 75 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 101 คำตอบ พิจารณาได้ว่ารู้จักน้ำกะทิล้างเสร็จรูปจากการโฆษณา 73 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 72.28 จากการศึกษาที่บุคคลอื่นแนะนำ 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.92 และจากการที่เห็นผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง 20 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.80

จากตัวอย่างระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 44 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 64 คำตอบ พิจารณาได้ว่ารู้จักน้ำกะทิล้างเสร็จรูปจากการโฆษณา 42 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 65.63 จากการศึกษาที่บุคคลอื่นแนะนำ 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.25 และจากการที่เห็นผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง 18 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 28.13

จากตัวอย่างระดับปริญาตรี จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 72 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 111 คำตอบ พิจารณาได้ว่ารู้จักน้ำกะทิล้างเสร็จรูปจากการโฆษณา 71 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 63.96 จากการศึกษาที่บุคคลอื่นแนะนำ 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.50 และจากการที่เห็นผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง 35 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 31.53

จากตัวอย่างระดับปริญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 10 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 14 คำตอบ พิจารณาได้ว่ารู้จักน้ำกะทิล้างเสร็จรูปจากการโฆษณา 10 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 71.43 จากการศึกษาที่บุคคลอื่นแนะนำ 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.29 และจากการที่เห็นผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.29

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 220 ตัวอย่าง ให้คำตอบเกี่ยวกับลักษณะการรู้จักทั้งหมด 236 ผลิตภัณฑ์น้ำกะทิล้างเสร็จรูปได้เป็นการโฆษณา 215 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 68.47 บุคคลอื่นแนะนำ 23 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.32 เห็นผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง 76 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.20

ตารางที่ 15 แสดงถึงความคิดเห็นต่อน้ำกษะคัสว. รังรูปในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้แยกตามอาชีพ

ความคิดเห็น อาชีพ	ช่วยในการ ประกอบอาหาร		ผลจากมะ- พร้าวสดล้วนๆ		รสชาติของอา- หาร เหมือนปรุง ด้วยมะพร้าวสด		กลิ่นของอาหาร ที่ได้ เหมือนปรุง ด้วยมะพร้าวสด		ราคาใกล้เคียง มะพร้าวสด		เก็บไว้ได้ นานกว่า		สะดวกในการ ซื้อ		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพบ้าน	11	36.67	2	6.67	1	3.33	-	-	3	10	7	23.33	6	20	-	-	30	100
กลุ่มอาชีพทำงานส่วน ตัว	31	43.06	3	4.17	4	5.56	2	2.78	8	11.11	16	22.22	8	11.11	-	-	72	100
กลุ่มอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	84	42.42	5	25.25	5	25.25	4	2.02	13	6.57	40	23.74	47	23.74	-	-	198	100
กลุ่มอาชีพทำงานบริ- ษัทเอกชน	52	42.98	1	0.83	-	-	1	0.83	13	10.74	22	18.18	32	26.65	-	-	121	100
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	20	45.45	1	2.27	1	2.27	1	2.27	3	6.82	5	11.36	13	29.55	-	-	44	100
รวม	198	42.58	12	2.58	11	2.37	8	1.72	40	8.60	90	19.35	106	22.8	-	-	465	100

จากตารางที่ 15 แสดงถึงความคิดเห็นต่อน้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละกลุ่มอาชีพ  
(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป  
ทั้งหมด 13 ตัวอย่างให้คำตอบทั้งสิ้น 30 คำตอบโดยคิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูปในการประกอบอาหาร  
ได้สะอาดขึ้น 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 36.67 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 2  
คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.67 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ารสชาติของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าว  
สด 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.33 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 3 คำตอบ  
คิดเป็นร้อยละ 10 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าการเก็บรักษาได้นานกว่า 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.33  
เป็นตัวอย่างที่คิดว่าหาซื้อสะดวก 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20 และจากกลุ่มตัวอย่างมีความคิด  
เห็นว่า กลิ่นของอาหารที่ได้ไม่น่าจะเหมือนกับการที่ปรุงด้วยมะพร้าวสด

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว ที่ไม่เคย  
ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป ทั้งหมด 34 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 72 คำตอบโดยคิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูป  
ช่วยในการประกอบอาหารได้สะอาดขึ้น 31 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 43.06 เป็นตัวอย่างที่คิดว่า  
ผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.17 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ารสชาติของอาหาร  
ที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.56 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ากลิ่นของ  
อาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.78 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าราคา  
ใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.11 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าการเก็บรักษาได้  
นานกว่า 16 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.22 และเป็นตัวอย่างที่คิดว่าหาซื้อสะดวก 8 คำตอบ  
คิดเป็นร้อยละ 11

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มรับราชการหรือ  
รัฐวิสาหกิจ ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป ทั้งหมด 91 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 198 คำตอบ  
โดยคิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูปช่วยในการประกอบอาหารได้สะอาดขึ้น 84 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ  
42.42 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2 เป็นตัวอย่าง  
ที่คิดว่ารสชาติของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.53 เป็น  
ตัวอย่างที่คิดว่ากลิ่นของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.02  
เป็นตัวอย่างที่คิดว่าราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.57 เป็นตัวอย่าง  
ที่คิดว่าการเก็บรักษาได้นานกว่า 40 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.74 และเป็นตัวอย่างที่คิดว่า  
หาซื้อสะดวก 47 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.74

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป ทั้งหมด 62 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 121 คำตอบ คิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูป ช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้น 52 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 42.98 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าผลิตจากมะพร้าวสดล้วน ๆ 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.83 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ากลิ่นของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.83 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวสด 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.74 เป็นตัวอย่างที่คิดว่า การเก็บรักษาได้นานกว่า 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.18 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าหาซื้อสะดวก 32 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.45 และกลุ่มตัวอย่างคิดว่ารสชาติของอาหารที่ได้ไม่ม่่าจะเหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป ทั้งหมด 20 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 44 คำตอบ คิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูปช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้น 20 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 45.45 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าผลิตจากมะพร้าวสดล้วน ๆ 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.27 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ารสชาติของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.27 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ากลิ่นของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.27 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวสด 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.82 เป็นตัวอย่างที่คิดว่า การเก็บรักษาได้นานกว่า 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.36 และตัวอย่างที่คิดว่าหาซื้อสะดวก 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.55

จากจำนวนตัวอย่างที่ไม่เคยใช้และรู้จัก ทั้งหมด 220 ตัวอย่าง ได้ตอบคำตอบทั้งสิ้น 465 คำตอบ โดยคิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูป ช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้น 198 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 42.58 ผลิตจากมะพร้าวสดล้วน ๆ 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.58 รสชาติของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.37 กลิ่นของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.72 ราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวสด 40 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.60 การเก็บรักษาได้นานกว่า 90 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.35 หาซื้อสะดวก 106 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.8 ฉะนั้นแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นในด้านความสะดวกในการใช้ปรุงอาหารมากที่สุด

ตารางที่ 16 แสดงถึงความคิดเห็นต่อน้ำทะเลสาบในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยไปแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ช่วยในการประกอบอาหาร	ผลิตภัณฑ์อาหาร		รสชาติของอาหารหรือเครื่องดื่ม		กลิ่นของอาหารหรือเครื่องดื่ม		ราคาใกล้เคียงกับอาหาร		เก็บไว้ได้นานกว่า		สะดวกในการซื้อ		อื่น ๆ		รวม			
		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
ระดับประถมศึกษา	13	39.39	-	1	3.03	1	3.03	-	-	9	27.27	9	27.27	-	-	33	100		
ระดับมัธยมศึกษา	69	46.31	6	4.03	4	2.68	2	1.34	11	7.38	23	15.44	34	22.82	-	-	149	100	
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	39	39.4	-	4	4.04	4	4.04	3	3.03	12	12.12	20	20.20	21	21.21	-	-	99	100
ระดับทำงานบริษัทเอกชน	67	41.10	5	3.07	2	1.23	2	1.23	16	9.82	34	20.86	37	22.7	-	-	163	100	
ระดับอื่น ๆ	10	47.62	1	4.76	-	-	-	-	1	4.76	4	19.05	5	23.81	-	-	21	100	
รวม	198	42.58	12	2.58	11	2.37	8	1.72	40	8.60	90	19.35	106	22.8	-	-	465	100	



จากตารางที่ 16 แสดงถึงความคิดเห็นต่อน้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละระดับการศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ตัวอย่างระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างในระดับประถมศึกษา ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป ทั้งหมด 19 ตัวอย่างให้คำตอบทั้งสิ้น 33 คำตอบ โดยคิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูปช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้น 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 39.39 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ารสชาติของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.03 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ากลิ่นของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.03 เป็นตัวอย่างที่คิดว่า การเก็บรักษาได้นานกว่า 9 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.27 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าหาซื้อสะดวก 9 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.27 และกลุ่มตัวอย่างคิดว่าไม่น่าจะผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ และราคาจะใกล้เคียงกับมะพร้าวชุด

ตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปทั้งหมด 75 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 149 คำตอบ คิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูปช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้น 69 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 46.31 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าผลิตจากมะพร้าวสดล้วน ๆ 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.03 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ารสชาติเหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.68 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ากลิ่นของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.34 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวชุด 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.38 เป็นตัวอย่างที่คิดว่า การเก็บรักษาได้นานกว่า 23 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.44 และเป็นตัวอย่างที่คิดว่าหาซื้อสะดวก 34 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.82

ตัวอย่างระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่างในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ทั้งหมด 44 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 99 คำตอบ คิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูป ช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้น 39 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 39.4 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ารสชาติเหมือนมะพร้าวสด 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.04 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ากลิ่นของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.03 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวชุด 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.12 เป็นตัวอย่างที่คิดว่า การเก็บรักษาได้นานกว่า 20 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.20 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าหาซื้อสะดวก 21 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.21 และกลุ่มตัวอย่างคิดว่าไม่น่าจะผลิตจากมะพร้าวสดล้วน ๆ



ตัวอย่างระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรี ทั้งหมด 72 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 163 คำตอบ คิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูปช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้น 67 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 41.40 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.07 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ารสชาติเหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.23 เป็นตัวอย่างที่คิดว่ากลิ่นของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.23 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 16 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.82 เป็นตัวอย่างที่คิดว่า การเก็บรักษาได้นานกว่า 34 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.86 และตัวอย่างที่คิดว่าหาซื้อสะดวก 37 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.7

ตัวอย่างระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทั้งหมด 10 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 21 คำตอบ คิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูปช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้น 10 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 47.62 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.76 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.76 เป็นตัวอย่างที่คิดว่า การเก็บรักษาได้นานกว่า 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.05 และเป็นตัวอย่างที่คิดว่าหาซื้อสะดวก 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.81 และกลุ่มตัวอย่างคิดว่ารสชาติและกลิ่นของอาหารที่ได้ไม่น่าจะเหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด

จากจำนวนตัวอย่างของกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้และรู้จักน้ำกะทิสำเร็จรูป ทั้งหมด 220 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 465 คำตอบ โดยคิดว่าน้ำกะทิสำเร็จรูปช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้น 198 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 42.58 ผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.58 รสชาติเหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.37 กลิ่นของอาหารที่ได้เหมือนปรุงด้วยมะพร้าวสด 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.72 ราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 40 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.60 การเก็บรักษาได้นานกว่า 90 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.35 หาซื้อสะดวก 106 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.8 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูปในด้านช่วยในการประกอบอาหารได้สะดวกขึ้นมากที่สุด

ตารางที่ 17 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบน้ำกะทิสำเร็จรูปของผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้แยกตาม  
กลุ่มอาชีพ

อาชีพ \ ความชอบ	ชอบ		ไม่ชอบ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	2	15.38	11	84.62	13	100
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	8	23.53	26	76.47	34	100
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	16	17.58	75	82.42	91	100
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	9	14.52	53	85.48	62	100
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	4	20	16	80.0	20	100
รวม	39	17.73	181	82.27	220	100

จากตารางที่ 17 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบน้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละอาชีพ

ในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปมาก่อนทั้งหมด 13 ตัวอย่าง มีความรู้สึกว่ายอมรับ จำนวน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.38 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่ายอมรับ จำนวน 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 84.62

ในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มทำงานส่วนตัว ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปมาก่อนทั้งหมด 34 ตัวอย่าง มีความรู้สึกว่ายอมรับ จำนวน 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.53 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่ายอมรับ จำนวน 26 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 76.47

ในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ทั้งหมด 91 ตัวอย่าง ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปมาก่อน มีความรู้สึกว่ายอมรับ จำนวน 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.58 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่ายอมรับ จำนวน 75 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 82.42

ในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปมาก่อน มีความรู้สึกว่ายอมรับ จำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.52 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่ายอมรับ จำนวน 53 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 85.48

ในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่นๆ ที่ไม่เคยใช้ไม้กาะกสิศาเร็จ  
รูปมาก่อนทั้งหมด 20 ตัวอย่าง มีความรู้สึกว่าย่อบ จำนวน 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ  
20 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่าย่อบไม่ย่อบ จำนวน 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 80

จากจำนวนผู้บริภคที่ไม่เคยใช้ไม้กาะกสิศาเร็จรูปมาก่อน 220 ตัวอย่าง  
ผู้ตอบที่มีความรู้สึกว่าย่อบ 39 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.73 เป็นผู้ตอบที่มีความรู้สึก  
ว่าย่อบไม่ย่อบ 181 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 82.27 จะเห็นได้ว่าผู้บริภคมีความรู้สึกว่าย่อบมาก  
กว่าย่อบ



ศูนย์วิทยพัทยากร,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 ก. แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้บริโภคกับความชอบน้ำกะทิสำเร็จรูป

อาชีพ	ชอบ	ไม่ชอบ	รวม
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	2 (2. 3)	11 (10. 7)	13
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	8 (6. 03)	26 (27. 97)	34
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	16 (16. 13)	75 (74. 87)	91
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	9 (10. 99)	53 (51. 01)	62
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	4 (3. 55)	16 (16. 45)	20
รวม	39	181	220

( ) เบื้องตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$\chi^2_c = 1.34 \quad \chi^2_{(0.05)(4)} = 9.49$$

เพื่อเป็นการทดสอบข้อสมมุติฐานที่ว่า "กลุ่มอาชีพของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบน้ำกะทิสำเร็จรูป" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 17 ก. และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "กลุ่มอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบน้ำกะทิสำเร็จรูป"

ตารางที่ 18 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบน้ำกะทิสำเร็จรูปของผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้แยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความชอบ		ไม่ชอบ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	2	10.53	17	89.47	19	100
ระดับมัธยมศึกษา	14	18.67	61	81.33	75	100
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	7	15.91	37	84.09	44	100
ระดับปริญญาตรี	14	19.44	58	80.56	72	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	2	20.00	8	80.00	10	100
รวม	39	17.73	181	82.27	220	100

จากตารางที่ 18 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละระดับการศึกษา

ในระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างในระดับประถมศึกษา ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปมาก่อนทั้งหมด 19 ตัวอย่าง มีความรู้สึกว่ายอมรับ 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10.53 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่ายอมรับ 17 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 89.47

ในระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปมาก่อนทั้งหมด 75 ตัวอย่าง มีความรู้สึกว่ายอมรับ 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.67 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่ายอมรับ 61 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 81.33

ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่างในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปมาก่อนทั้งหมด 44 ตัวอย่าง มีความรู้สึกว่ายอมรับ 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.91 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่ายอมรับ 37 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 84.09

ในระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรี ที่ไม่เคยใช้น้ำ  
กะทิสำเร็จรูปมาก่อนทั้งหมด 72 ตัวอย่าง มีความรู้สึกว่าย่อย จำนวน 14 ตัวอย่าง คิดเป็น  
ร้อยละ 19.44 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่าย่อย จำนวน 58 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ  
80.56

ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ที่ไม่เคยใช้น้ำ  
กะทิสำเร็จรูปมาก่อนทั้งหมด 10 ตัวอย่าง มีความรู้สึกว่าย่อย จำนวน 2 ตัวอย่าง คิดเป็น  
ร้อยละ 20 เป็นตัวอย่างที่มีความรู้สึกว่าย่อย จำนวน 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 80

จากจำนวนตัวอย่างที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปมาก่อนทั้งหมด 220 ตัว-  
อย่าง มีความรู้สึกว่าย่อยผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูปมีจำนวน 39 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ  
17.37 ผู้บริโภคที่มีความรู้สึกว่าย่อยในผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูปมีจำนวน 181  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 82.27 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูป มีจำนวนผู้บริโภค  
ที่รู้สึกว่าย่อยมากกว่าชอบ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความชอบน้ำกะทิสำเร็จรูป

ระดับการศึกษา	ชอบ	ไม่ชอบ	รวม
ระดับประถมศึกษา	2 (3.37)	17 (15.63)	19
ระดับมัธยมศึกษา	14 (13.3)	61 (61.7)	75
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	7 (7.8)	37 (36.2)	44
ระดับปริญญาตรี	14 (12.76)	58 (89.24)	72
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	2 (1.77)	8 (8.23)	10
รวม	39	181	220

( ) เป็นตัวเลขที่ได้มาจากการคำนวณ

$$\chi^2_c = 1.02 \quad \chi^2_{(0.05)(4)} = 9.49$$

เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบน้ำกะทิสำเร็จรูป" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 18 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบน้ำกะทิสำเร็จรูป"

ตารางที่ 19 แสดงถึงระดับของความไม่ยอมรับในแต่ละระดับการศึกษา

สาเหตุ	ระดับความไม่ยอมรับ				รวม	ระดับความไม่ยอมรับตามเกณฑ์				รวม	เฉลี่ยน้ำหนัก
	(2)		(3)			(1) X 4	(2) X 3	(3) X 2	(4) X 1		
	(1)	(2)	(3)	(4)							
ไม่เชื่อว่ามีผลจากมะพร้าวสดล้วน ๆ	45	37	28	18	128	180	111	56	18	365	2.85
เกรงว่ามียากินบุตร	93	46	23	15	177	372	138	46	15	571	3.23
ปริมาณของน้ำเกาะก็ดูการกินเองไม่ได้	7	15	18	37	77	28	45	36	37	146	1.9
ความหนักของน้ำเกาะก็ดูการกินเองไม่ได้	8	17	48	54	127	32	51	96	54	233	1.83
เกรงว่ากลิ่นและรสสำคัญของอาหารไม่ดี	26	57	51	22	156	104	171	102	22	599	2.56
ราคา	2	9	13	34	58	8	27	26	34	95	1.64
อื่น ๆ	-	-	-	1	1	-	-	-	1	1	1
รวม	181	181	181	181	723	724	543	362	181	1810	

หมายเหตุ ชั้น ๆ หมายถึง ยังไม่สำเร็จเป็นต้องไป

- ไม่ยอมรับชั้นต้นหนึ่ง = 4
- ไม่ยอมรับชั้นต้นสอง = 3
- ไม่ยอมรับชั้นต้นสาม = 2
- ไม่ยอมรับชั้นต้นสี่ = 1



ตารางที่ 19 ก แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบน้ำของน้ำทะเลสาบเป็นอันดับหนึ่งในแต่ละระดับการศึกษา

สาเหตุไม่ชอบน้ำ	ไม่ชอบน้ำ		เกรงว่ามีความ		ปริมาณของน้ำ		ความถี่ของน้ำ		เกรงว่ากลิ่นและ		ราคา		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับการศึกษา														
ระดับประถมศึกษา	5	29.41	6	35.29	1	5.88	1	5.88	4	23.53	-	-	17	100
ระดับมัธยมศึกษา	22	36.07	25	40.98	5	8.2	1	1.64	7	11.48	1	16.39	61	100
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	10	27.03	19	51.35	1	2.7	1	2.7	5	13.51	1	2.7	37	100
ระดับปริญญาตรี	8	13.79	35	60.34	-	-	5	8.62	10	17.24	-	-	58	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	-	-	8	100	-	-	-	-	-	-	-	-	8	100
รวม	45	24.86	93	51.38	7	3.87	8	4.42	26	14.36	2	1.10	181	100

จากตารางที่ 19 ก แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบในแต่ละระดับการศึกษา

ในระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 17 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 5 ราย หรือ 29.41% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคืองปน 6 ราย หรือ 35.29% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิผู้กรั่นเองไม่ได้ 1 ราย หรือ 5.88% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิผู้กรั่นเองไม่ได้ 1 ราย หรือ 5.88% และตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 4 ราย หรือ 23.53%

ในระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 61 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 22 ราย หรือ 36.07% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคืองปน 25 ราย หรือ 40.98% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิผู้กรั่นเองไม่ได้ 5 ราย หรือ 8.2% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิผู้กรั่นเองไม่ได้ 1 ราย หรือ 1.64% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 7 ราย หรือ 11.48% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 1 ราย หรือ 16.39%

ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 37 ราย ให้ความคิดเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 10 ราย หรือ 27.03% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคืองปน 19 ราย หรือ 51.35% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิผู้กรั่นเองไม่ได้ 1 ราย หรือ 2.7% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิผู้กรั่นเองไม่ได้ 1 ราย หรือ 2.7% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 5 ราย หรือ 13.51% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 1 ราย หรือ 2.7%

ในระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่าง 58 ราย มีความคิดเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 8 ราย หรือ 13.79% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคืองปน 35 ราย หรือ 60.34% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิผู้กรั่นเองไม่ได้ 5 ราย หรือ 8.62% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารจะไม่ดี 10 ราย หรือ 17.24%

ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่าง 8 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคืองปนทั้ง 8 ราย หรือ 100%

ตารางที่ 9 ข แสดงถึงสาเหตุของความไม่พร้อมน้ำเกลือสำหรับใช้รับประทานในแต่ละระดับการศึกษา

สาเหตุไม่พร้อม	ไม่พร้อมผลิต คุณภาพหรือ อื่นๆ		เกรงว่ามี กันบูตผสม		ปริมาณของน้ำ เกลือที่กรูทึน เองไม่ได้		ความเข้มข้นของน้ำ เกลือที่กรูทึน เองไม่ได้		เกรงว่ากลิ่น และรสยาดี อาหารไม่ดี		ราคา		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	3	17.65	4	23.53	3	17.65	1	5.88	5	29.41	1	5.88	17	100
ระดับมัธยมศึกษา	9	14.75	17	27.87	6	9.84	9	14.75	18	29.51	2	3.28	61	100
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	6	16.22	11	29.73	4	10.81	1	2.70	13	35.14	2	5.41	37	100
ระดับปริญญาตรี	17	29.31	14	24.14	2	3.45	5	8.62	16	27.59	4	6.9	58	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	2	25.0	-	-	-	-	1	12.5	5	62.5	-	-	8	100
รวม	37	20.44	46	25.41	15	8.29	17	9.39	57	31.49	9	4.97	181	100

จากตารางที่ 19 ข แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบในแต่ละระดับการศึกษา

ในระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 17 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 3 ราย หรือ 17.65% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเสียบน 4 ราย หรือ 23.53% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิผู้กรังตนเองไม่ได้ 3 ราย หรือ 17.65% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิผู้กรังตนเองไม่ได้ 1 ราย หรือ 5.88% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารจะไม่ดี 5 ราย หรือ 29.41% และตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 1 ราย หรือ 5.88%

ในระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 61 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 9 ราย หรือ 14.75% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเสียบน 17 ราย หรือ 27.87% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิผู้กรังตนเองไม่ได้ 6 ราย หรือ 9.84% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิผู้กรังตนเองไม่ได้ 9 ราย หรือ 14.75% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 18 ราย หรือ 29.51% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 2 ราย หรือ 3.28%

ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 37 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 6 ราย หรือ 16.22% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเสียบน 11 ราย หรือ 29.73% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิผู้กรังตนเองไม่ได้ 4 ราย หรือ 10.81% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิผู้กรังตนเองไม่ได้ 1 ราย หรือ 2.7% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 13 ราย หรือ 35.14% และตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 2 ราย หรือ 5.41%

ในระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่าง 58 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 17 ราย หรือ 29.31% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเสียบน 14 ราย หรือ 24.14% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิผู้กรังตนเองไม่ได้ 2 ราย หรือ 3.45% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิผู้กรังตนเองไม่ได้ 5 ราย หรือ 8.62% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 16 ราย หรือ 27.59% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ

ราคา 4 ราย หรือ 6.9%

ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ลากจำนวนตัวอย่าง 8 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะ ไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 2 ราย หรือ 25% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมัน 1 ราย หรือ 12.5% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติอาหารไม่ดี 5 ราย หรือ 62.5%



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ค แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบน้ำของค่าเฉลี่ยเป็นชั้นต้นสำหรับแต่ละระดับการศึกษา

สาเหตุไม่ชอบ	ไม่เชื่อว่าผลิต จากะพร้าว อื่น ๆ		เกรงว่ามียากัน บูดเสีย		ปริมาณของน้ำ กะกั๊กที่รั่ว เองไม่โต		ความมันของ น้ำกะกั๊กที่ กินเองไม่โต		เกรงว่ากลิ่นและ รสข่าติดของ อาหารไม่โต		ราคา		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับการศึกษา														
ระดับประถมศึกษา	1	5.88	2	11.76	3	17.65	7	41.18	2	11.76	2	11.76	17	100
ระดับมัธยมศึกษา	7	11.48	11	18.03	8	13.11	15	24.59	15	24.59	5	8.2	61	100
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	7	18.92	4	10.81	2	5.41	10	27.03	12	22.43	2	5.41	37	100
ระดับปริญญาตรี	12	20.69	6	10.34	5	8.62	13	22.41	19	32.76	3	5.17	58	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	1	12.5	-	-	-	-	3	37.5	3	37.5	1	12.5	8	100
รวม	28	15.47	23	12.71	18	9.94	48	26.52	51	28.18	13	7.18	181	100



จากตารางที่ 19 ค แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบในแต่ละระดับการศึกษา

ในระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 17 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบ เพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 1 ราย หรือ 5.8% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ เกรงว่าจะมียาพิษบูดเคืองนม 2 ราย หรือ 11.76% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของ น้ำกะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ 3 ราย หรือ 17.65% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำ กะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ 7 ราย หรือ 41.18% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและ รสชาติของอาหารไม่ดี 2 ราย หรือ 11.76% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 2 ราย หรือ 11.76%

ในระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 61 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 7 ราย หรือ 11.48% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบ เพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคืองนม 11 ราย หรือ 18.03% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ ปริมาณของน้ำกะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ 8 ราย หรือ 13.11% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ ความมันของน้ำกะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ 15 ราย หรือ 24.59% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ เกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 15 ราย หรือ 24.59% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบ เพราะราคา 5 ราย หรือ 8.2%

ในระดับอนุปริณญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 37 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 7 รายหรือ 18.92% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ เกรงว่าจะมียาพิษบูดเคืองนม 4 ราย หรือ 10.81% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของ น้ำกะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ 2 ราย หรือ 5.41% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของ น้ำกะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ 10 ราย หรือ 27.03% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่น และรสชาติของอาหารไม่ดี 12 ราย หรือ 22.43% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 2 ราย หรือ 5.41%

ในระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่าง 58 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ ชอบเพราะ ไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 12 ราย หรือ 20.69% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบ เพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคืองนม 6 ราย หรือ 10.34% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ ปริมาณของน้ำกะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ 5 ราย หรือ 8.62% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ ความมันของน้ำกะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ 13 ราย หรือ 22.41% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ

เกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 19 ราย หรือ 32.76% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบ เพราะราคา 3 ราย หรือ 5.17%

ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่าง 8 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบ เพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 1 ราย หรือ 12.5% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะ ความมันของน้ำกะทิผู้ทำเองไม่ได้ 3 ราย หรือ 37.5% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรง ว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 3 ราย หรือ 37.5% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 1 ราย หรือ 12.5%



ศูนย์วิทยพัชกร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 19.4 แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบน้ำของน้ำทะเลสาบเป็นอันดับสี่ในแต่ละระดับการศึกษา

สาเหตุไม่ชอบน้ำ	ไม่เชื่อว่ามีสาเหตุเพราะความกลัว		เกรงว่าจะมีปัญหาน้ำท่วม		ปริมาณของน้ำทะเลสาบ		ความเข้มข้นของน้ำทะเลสาบ		เกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี		ราคา		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	1	5.88	5	29.41	1	5.88	3	17.65	4	23.53	3	17.65	-	-	17	100
ระดับมัธยมศึกษา	5	8.2	5	8.2	16	26.23	15	24.59	9	14.75	11	18.03	-	-	61	100
ระดับปริญญาตรี	3	8.11	1	2.70	7	18.92	13	35.14	5	13.51	8	21.62	-	-	37	100
ระดับปริญญาโท	8	13.79	3	5.17	12	20.69	19	32.76	4	6.9	11	18.97	1	1.72	58	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	1	12.5	1	12.5	1	12.5	4	50.0	-	-	1	12.5	-	-	8	100
รวม	18	9.94	15	8.29	37	20.44	54	29.83	22	12.15	34	18.78	1	0.55	181	100

จากตารางที่ 19 แสดงถึงสาเหตุของความไม่ชอบในแต่ละระดับการศึกษา

ในระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 17 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 1 ราย หรือ 5.88% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคือง 5 ราย หรือ 29.41% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิที่การคั้นเองไม่ได้ 1 ราย หรือ 5.88% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันที่การคั้นเองไม่ได้ 3 ราย หรือ 17.65% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารจะไม่ดี 4 ราย หรือ 23.53% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 3 ราย หรือ 17.65%

ในระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 61 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 5 ราย หรือ 8.2% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคือง 5 ราย หรือ 8.2% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิที่การคั้นเองไม่ได้ 16 ราย หรือ 26.23% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันที่การคั้นเองไม่ได้ 15 ราย หรือ 24.59% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารจะไม่ดี 9 ราย หรือ 14.75% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 11 ราย หรือ 18.03%

ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 37 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 3 ราย หรือ 8.11% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคือง 1 ราย หรือ 2.7% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิที่การคั้นเองไม่ได้ 7 ราย หรือ 18.92% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิที่การคั้นเองไม่ได้ 13 ราย หรือ 35.14% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 5 ราย หรือ 13.51% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 8 ราย หรือ 21.62%

ในระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่าง 58 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 8 ราย หรือ 13.79% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียาพิษบูดเคือง 3 ราย หรือ 5.17% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิที่การคั้นเองไม่ได้ 12 ราย หรือ 20.69% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันของน้ำกะทิที่การคั้นเองไม่ได้ 19 ราย หรือ 32.76% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารไม่ดี 4 ราย หรือ 6.9% และเป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา

11 ราย หรือ 18.97% ขึ้น ๆ 1 ราย หรือ 1.72%

ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่าง 8 ราย ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ชอบเพราะไม่เชื่อว่าจะผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ 1 ราย หรือ 12.5% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะเกรงว่าจะมียากันบูดเคืองปน 1 ราย หรือ 12.5% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะปริมาณของน้ำกะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ 1 ราย หรือ 12.5% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะความมันผู้การคั้นเองไม่ได้ 4 ราย หรือ 50% เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบเพราะราคา 1 ราย หรือ 12.5%

(ตารางที่ 19 และ 19 ก-ง) จากจำนวนตัวอย่าง 181 ตัวอย่าง ในแต่ละระดับการศึกษา ผู้บริโภคมีทัศนคติในด้านไม่ชอบน้ำกะทิส้าเร็จรูปเพราะเกรงว่าจะมียากันบูดเคืองปน (เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.23) เป็นอันดับหนึ่ง ไม่เชื่อว่าจะผลิตจากมะพร้าวล้วน ๆ (เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.85) เป็นอันดับสอง เกรงว่ากลิ่นและรสชาติของอาหารจะไม่ดี (เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.56) เป็นอันดับสาม ปริมาณของน้ำกะทิผู้การคั้นเองไม่ได้ (เฉลี่ยน้ำหนักได้ 1.9) เป็นอันดับสี่

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 แสดงถึง โอกาสที่ผู้ไม่เคยใช้จะใช้หรือไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปแยกตามอาชีพ

อาชีพ	การคิดที่จะใช้		คิดที่จะซื้อมาลองใช้		ไม่คิดที่จะซื้อมาลองใช้		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	5	38.46	8	61.54	13	100		
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	15	44.12	19	55.88	34	100		
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐ-วิสาหกิจ	45	50.0	45	50.0	90	100		
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	30	48.39	32	51.61	62	100		
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	14	66.67	7	33.33	21	100		
รวม	109	49.55	111	50.45	220	100		

จากตารางที่ 20 แสดงถึง โอกาสที่ผู้ไม่เคยใช้จะใช้หรือไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้านจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 13 ตัวอย่าง คิดที่จะซื้อน้ำกะทิสำเร็จรูปมาลองใช้จำนวน 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.46 ไม่คิดที่จะซื้อมาลองใช้เลยจำนวน 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 61.54

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว 34 ตัวอย่าง คิดที่จะซื้อน้ำกะทิสำเร็จรูปใช้ 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 44.12 ไม่คิดที่จะซื้อมาลองใช้เลย จำนวน 19 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 55.88

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 90 ตัวอย่าง คิดที่จะซื้อมาทดลองใช้ 45 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50 ไม่คิดที่จะซื้อมาใช้เลย จำนวน 45 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มทำงานบริษัทเอกชน 62 ตัวอย่าง คิดที่จะซื้อมาทดลองใช้ จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 48.39 ไม่คิดที่จะซื้อมาใช้ จำนวน 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 51.61

กลุ่มอาชีพอื่นๆ จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ 21 ตัวอย่าง คิดที่จะซื้อมา  
ลองใช้จำนวน 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 66.67 ไม่คิดที่จะซื้อมาใช้เลย จำนวน 7  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.33

จากจำนวนตัวอย่าง ทั้งหมด 220 ตัวอย่าง ที่คิดจะซื้อมาลองใช้ จำนวน 109  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.55 และที่ไม่คิดจะซื้อมาลองใช้จำนวน 111 ตัวอย่าง หรือร้อยละ  
50.45 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคยังไม่มีความคิดที่จะซื้อมาลองใช้มากกว่าคิดที่จะซื้อมาลองใช้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 แสดงถึง โอกาสที่ผู้ไม่เคยใช้จะใช้อัลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูป แยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์		ไม่คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	11	57.89	8	42.11	19	100
ระดับมัธยมศึกษา	37	49.33	38	50.67	75	100
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	17	38.64	27	61.36	44	100
ระดับปริญญาตรี	39	54.17	33	45.83	72	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	5	50.0	5	50.0	10	100
รวม	109	49.55	111	50.45	220	100

จากตารางที่ 21 แสดงถึงโอกาสที่ผู้ไม่เคยใช้จะใช้อัลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูป ในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างของผู้ไม่เคยใช้อัลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูป 19 ตัวอย่าง คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้ 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.89 ไม่คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้ 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42.11

ระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างของผู้ไม่เคยใช้อัลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูป 75 ตัวอย่าง คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้ 37 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.33 ไม่คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้ 38 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.67

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่างของผู้ไม่เคยใช้อัลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูป 44 ตัวอย่าง คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้ 17 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.64 ไม่คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้ 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 61.36

ระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่างของผู้ไม่เคยใช้อัลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูป 72 ตัวอย่าง คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้ 39 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 54.17 ไม่คิดที่จะซื้อแอลกอฮอล์น้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้ 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.83

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่างของผู้ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป  
10 ตัวอย่าง คิดที่จะชื้อน้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้ 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50 ไม่คิดที่  
จะชื้อมาใช้ 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50

จากจำนวนตัวอย่างของผู้ที่ไม่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปทั้งหมด 220 ตัวอย่าง  
คิดที่จะชื้อมาทดลองใช้ 109 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.55 ไม่คิดที่จะชื้อมาใช้ 111  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.45 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ไม่คิดจะชื้อมาทดลองใช้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 แสดงถึงตราปีที่ออกของน้ำกะกิส้า เร็จรูปที่ผู้บริโภคนเคยใช้ แยกตามอาชีพ

ตรา อาชีพ	ย่าวเกาะ		มะพร้าว		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	10	90.91	1	9.09	-	-	11	100
กลุ่มอาชีพทำงาน ส่วนตัว	18	75	6	25	-	-	24	100
กลุ่มอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	71	86.59	10	12.2	1 <sup>1/</sup>	1.22	82	100
กลุ่มอาชีพทำงาน บริษัทเอกชน	26	78.79	5	15.15	2 <sup>2/</sup>	6.06	33	100
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	14	100	-	-	-	-	14	100
รวม	139	84.76	22	13.41	3	1.83	164	100

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1/ อื่น ๆ หมายถึงน้ำกะกิส้า เร็จรูปของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 2/ อื่น ๆ หมายถึงน้ำกะกิส้า เร็จรูปของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และของ  
ต่างประเทศ

จากตารางที่ 22 แสดงถึงตราปีที่ออกที่ผู้บริโภคนเคยใช้ในแต่ละกลุ่มอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะกิส้า เร็จรูป  
ยี่ห้อย่าวเกาะ 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 90.91, เป็นผู้เคยใช้น้ำกะกิส้า เร็จรูปตรามะพร้าว  
1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 9.09

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่าง 21 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น  
24 คำตอบ เป็นผู้เคยใช้น้ำกะกิส้า เร็จรูปยี่ห้อย่าวเกาะ 18 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 75 เป็นผู้  
เคยใช้น้ำกะกิส้า เร็จรูปตรามะพร้าว 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่าง 76 ตัวอย่าง ให้คำตอบ  
ทั้งสิ้น 82 คำตอบ เป็นผู้เคยใช้น้ำกะกิส้า เร็จรูปยี่ห้อย่าวเกาะ 71 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 86.59  
เป็นผู้เคยใช้น้ำกะกิส้า เร็จรูปตรามะพร้าว 10 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.2 และเป็นผู้เคยใช้  
ยี่ห้ออื่น ๆ 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.22

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่าง 28 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น  
33 คำตอบ เป็นผู้เคยใช้น้ำกะกิส้า เร็จรูปยี่ห้อย่าวเกาะ 26 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 78.79 เป็น



ผู้เคยใช้น้ำกะทิล้ำเจริญพรามะพร้าว 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.15 และเป็นผู้เคยใช้ตรา  
ยี่ห้ออื่น ๆ 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.06

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่าง 14 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิล้ำเจริญพร  
ยี่ห้อยาวเกาะทั้ง 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100

จากจำนวนตัวอย่าง 150 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 164 คำตอบ เป็นผู้เคยใช้น้ำ  
กะทิล้ำเจริญพรยี่ห้อยาวเกาะ 139 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 84.76 เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิล้ำเจริญพร  
ตามมะพร้าว 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.41 และเป็นผู้เคยใช้ยี่ห้ออื่น ๆ 3 คำตอบ คิดเป็น  
ร้อยละ 1.83



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 แสดงถึงตราปีที่ห้อยของน้ำกะทิส้าเร็จรูปที่ผู้บริโภคเคยใช้ แยกตามระดับการศึกษา

ตรา ระดับการศึกษา	ย่าวเกาะ		มะพร้าว		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	9	75	3	25	-	-	12	100
ระดับมัธยมศึกษา	37	88.1	4	9.52	1 <sup>1/</sup>	2.38	42	100
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	32	88.89	3	8.33	1 <sup>2/</sup>	2.78	36	100
ระดับปริญญาตรี	50	80.65	11	17.74	1 <sup>1/</sup>	1.61	62	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	11	91.67	1	8.33	-	-	12	100
รวม	139	84.76	22	13.41	3	1.83	164	100

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1/ อื่น ๆ หมายถึง น้ำกะทิส้าเร็จรูปของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 2/ หมายถึง น้ำกะทิส้าเร็จรูปจากต่างประเทศ

จากตารางที่ 23 แสดงถึงตราปีที่ห้อยที่ผู้บริโภคใช้ในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 12 คำตอบ เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูปย่าวเกาะ 9 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 75 เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูปตรามะพร้าว 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25

ระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 39 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 42 คำตอบ เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูปย่าวเกาะ 37 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 88.1 เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูปตรามะพร้าว 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.52 และเป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูปของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.38

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 33 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 36 คำตอบ เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูปย่าวเกาะ 32 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 88.89 เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูปตรามะพร้าว 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.33 และเป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูปจากต่างประเทศ 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.78

ระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่าง 56 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 62 คำตอบ เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปยี่ห้อย่าวเกาะ 50 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 80.65 เป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปตรามะพร้าว 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.74 และเป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.61

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 12 คำตอบ เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปยี่ห้อย่าวเกาะ 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 91.67 เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปตรามะพร้าว 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.33

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 164 คำตอบ เป็นผู้บริโภคที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปย่าวเกาะ 139 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 84.76 เป็นผู้บริโภคที่เคยใช้ตรามะพร้าว 22 คำตอบ หรือร้อยละ 13.41 และเป็นผู้บริโภคที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปยี่ห้ออื่น ๆ 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.83 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเคยใช้ยี่ห้อย่าวเกาะมากกว่ายี่ห้ออื่น ๆ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 แสดงถึงตราปีที่ห้อยของน้ำกะทิส้า เจริญรูปที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อใช้แยกตามอาชีพ

ตรา อาชีพ	ย่าวเกาะ		มะพร้าว		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	10	90.91	1	9.09	-	-	11	100
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	18	85.71	3	14.29	-	-	21	100
กลุ่มอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	71	93.42	5	6.58	-	-	76	100
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัท เอกชน	26	92.86	2	7.14	-	-	28	100
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	14	100	-	-	-	-	14	100
รวม	139	92.67	11	7.33	-	-	150	100

จากตารางที่ 24 แสดงถึงตราปีที่ห้อยที่ผู้บริโภคซื้อในแต่ละอาชีพ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน พิจารณาจากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน จำนวน 11 ตัวอย่าง มีผู้ซื้อน้ำกะทิส้า เจริญรูปยี่ห้อย่าวเกาะใช้จำนวน 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 90.91 มีผู้บริโภคซื้อตรา มะพร้าว 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.09

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 21 ตัวอย่าง มีผู้ซื้อน้ำกะทิส้า เจริญรูปยี่ห้อย่าวเกาะ จำนวน 18 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 85.71 มีผู้บริโภคซื้อตรามะพร้าว จำนวน 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.29

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 76 ตัวอย่าง มีผู้ซื้อน้ำกะทิส้า เจริญรูปยี่ห้อย่าวเกาะ จำนวน 71 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 93.42 มีผู้ซื้อน้ำกะทิส้า เจริญรูปตรามะพร้าว จำนวน 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.58

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 28 ตัวอย่าง มีผู้ซื้อน้ำกะทิส้า เจริญรูปยี่ห้อย่าวเกาะ จำนวน 26 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 92.86 มีผู้ซื้อน้ำกะทิส้า เจริญรูปตรามะพร้าว จำนวน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.14

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 14 ตัวอย่าง ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อน้ำกะทิส้า เจริญรูปยี่ห้อย่าวเกาะทั้ง 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100

จากจำนวนตัวอย่าง 150 ตัวอย่าง ทิศทางได้ว่าเป็นตัวอย่างที่ใช้ไม้กะก  
สีสำเร็จรูปห้อยยาวเกาะ 139 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 92.67 เป็นตัวอย่างที่ใช้ไม้กะกสีสำเร็จรูป  
ตรามะพร้าว 11 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 7.33 แสดงให้เห็นว่าไม้กะกสีสำเร็จรูปห้อยยาวเกาะ  
มีผู้ใช้มากกว่าตรามะพร้าว



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงถึงตราประทับของนักศึกษารูปที่ผู้บริโภครุ่นใหญ่ซื้อ แยกตามระดับการศึกษา

ตรา ระดับการศึกษา	ข้าวเกาะ		มะพร้าว		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	9	81.82	2	18.18	-	-	11	100
ระดับมัธยมศึกษา	37	94.87	2	5.13	-	-	39	100
ระดับอนุปฐมยาหรือ- เทียบเท่า	32	96.97	1	3.03	-	-	33	100
ระดับปริญญาตรี	50	89.29	6	10.71	-	-	56	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	11	100	-	-	-	-	11	100
รวม	139	92.67	11	7.33	-	-	150	100

จากตารางที่ 25 แสดงถึงตราประทับที่ผู้บริโภครุ่นใหญ่ซื้อในแต่ละระดับการศึกษา

จากตัวอย่างระดับประถมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง เป็นผู้บริโภครุ่นใหญ่ที่ซื้อข้าวเกาะจำนวน 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 81.82 เป็นผู้บริโภครุ่นใหญ่ที่ซื้อตรามะพร้าวจำนวน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.18

จากตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 39 ตัวอย่าง เป็นผู้ซื้อข้าวเกาะ 37 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 94.87 เป็นผู้บริโภครุ่นใหญ่ที่ซื้อตรามะพร้าว 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.13

จากตัวอย่างระดับอนุปฐมยาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 33 ตัวอย่าง เป็นผู้บริโภครุ่นใหญ่ที่ซื้อข้าวเกาะ 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 96.97 เป็นผู้บริโภครุ่นใหญ่ที่ซื้อตรามะพร้าว จำนวน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.03

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรี พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 56 ตัวอย่าง เป็นผู้บริโภครุ่นใหญ่ที่ซื้อข้าวเกาะ 50 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 89.29 เป็นผู้ซื้อตรามะพร้าวจำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10.71

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่  
จะซื้อหน้ากากใส่รูปยี่ห้อยี่ห้อต่าง ๆ 11 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 100

จากจำนวนตัวอย่าง 150 ตัวอย่าง ตรายี่ห้อที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้คือ ยี่ห้อ  
ยี่ห้อต่าง ๆ 139 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 92.67 ส่วนตราอะพราวน์ 11 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ

7.33 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคซื้อยี่ห้อยี่ห้อต่าง ๆ มากกว่าตราอะพราวน์



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 แสดงถึงเหตุผลในการเลือกตราปีที่ห้อยของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	โครงการเลือกตราปีที่ห้อย		โฆษณา		ชื่อและตรา		ราคา		หาซื้อสะดวก		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	5	45.45	1	9.09	1	9.09	4	36.36	-	-	-	-	11	100
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	14	66.67	-	-	-	-	6	28.57	-	-	-	-	21	100
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐ- วิสาหกิจ	36	47.37	-	-	-	-	4	5.26	36	47.37	-	-	76	100
กลุ่มอาชีพทำงานเอกชน	14	50	1	3.57	1	3.57	11	39.29	1	3.57	1	3.57	28	100
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	8	57.14	-	-	-	-	1	7.14	5	35.71	-	-	14	100
รวม	77	51.33	2	1.33	8	5.33	62	41.33	1	0.67	150	100		



หมายเหตุ อื่น ๆ หมายถึง เชื้อถั่วในคุณภาพ

จากตารางที่ 26 แสดงถึงเหตุผลในการเลือกตราที่ห้าของผู้บริโภค

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 11 ตัวอย่าง  
พิจารณาเลือกซื้อเพราะ การโฆษณา 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.45 เป็นตัวอย่างเลือกซื้อ  
เพราะชื่อและตรา 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.09 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะราคา 1 ตัวอย่าง  
คิดเป็นร้อยละ 9.09 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะการหาซื้อสะดวก 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ  
36.36

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว  
21 ตัวอย่าง พิจารณาเลือกซื้อเพราะการโฆษณา 14 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 66.67 เป็นตัวอย่าง  
ที่เลือกซื้อเพราะราคา 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 4.76 เป็นตัวอย่างที่ซื้อเพราะการหาซื้อสะดวก  
6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.57

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่าง 76 ตัวอย่าง  
พิจารณาเลือกซื้อเพราะการโฆษณา 36 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 47.37 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อ  
เพราะราคา 4 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 5.26 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะการหาซื้อสะดวก  
36 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 47.37

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่าง 28 ตัวอย่างเลือก  
ซื้อเพราะการโฆษณา 14 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 50 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะชื่อและตรา  
1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.57 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะราคา 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ  
3.57 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะการหาซื้อสะดวก 11 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 39.29 เป็น  
ตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะเหตุอื่น ๆ (เชื้อถั่วในคุณภาพ) 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 3.57

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่าง 14 ตัวอย่างพิจารณาเลือกซื้อเพราะ  
การโฆษณา 8 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 57.14 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะราคา 1 ตัวอย่าง  
คิดเป็นร้อยละ 7.14 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะราคา 5 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 35.71

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง เลือกซื้อเพราะโฆษณา 77 ตัว  
อย่าง คิดเป็นร้อยละ 51.33 เป็นตัวอย่างที่ซื้อเพราะชื่อและตรา 2 ตัวอย่างหรือร้อยละ 1.33  
เป็นตัวอย่างที่ซื้อเพราะราคา 8 ตัวอย่างหรือร้อยละ 5.33 เป็นตัวอย่างที่ซื้อเพราะหาซื้อสะดวก  
62 ตัวอย่างหรือร้อยละ 41.33 และซื้อเพราะเชื้อถั่วในคุณภาพ 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.67  
ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการโฆษณามีอิทธิพลต่อการเลือกตราที่ห้าของผู้บริโภค

ตารางที่ 27 แสดงถึงเหตุผลในการเลือกตราชื้อของผู้บริโภคนอกตามระดับการศึกษา

การเลือกตราชื้อ	โฆษณา		ชื่อและตรา		ราคา		หาซื้อสะดวก		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับการศึกษา												
ระดับประถมศึกษา	3	27.27	1	9.09	1	9.09	6	45.55	-	-	11	100
ระดับมัธยมศึกษา	22	56.41	-	-	2	5.13	15	38.46	-	-	39	100
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	19	57.58	-	-	1	3.03	13	39.39	-	-	33	100
ระดับปริญญาตรี	26	46.43	1	1.79	4	7.14	24	42.86	1	1.79	56	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	7	63.64	-	-	-	-	4	36.36	-	-	11	100
รวม	77	51.33	2	1.33	8	5.33	62	41.33	1	0.67	150	100

หมายเหตุ อื่น ๆ หมายถึง เชื้อถั่วในคุณภาพ

จากตารางที่ 27 แสดงถึงเหตุผลในการเลือกตราที่ห้าของผู้บริโภค

จากตัวอย่างระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง พิจารณาเลือกซื้อ เพราะการโฆษณา 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 27.27 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะชื่อและตรา 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 9.09 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะราคา 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 9.09 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะการหาซื้อสะดวก 6 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 54.55

จากตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 39 ตัวอย่าง พิจารณาเลือกซื้อ เพราะการโฆษณา 22 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 56.41 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะราคา 2 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 5.13 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะการหาซื้อสะดวก 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.46

จากตัวอย่างระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 33 ตัวอย่าง พิจารณาเลือกซื้อเพราะการโฆษณา 19 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 57.58 เป็นตัวอย่างที่เลือกซื้อเพราะราคา 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 3.03 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะการหาซื้อสะดวก 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 39.39

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่าง 56 ตัวอย่าง พิจารณาเลือกซื้อ เพราะการโฆษณา 26 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 46.43 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะชื่อและตรา 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 1.79 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะราคา 4 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 7.14 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะการหาซื้อสะดวก 24 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 42.86 และมีความเชื่อถื่อในคุณภาพ 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 1.79

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง พิจารณาเลือกซื้อ เพราะการโฆษณา 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 63.64 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะการหาซื้อสะดวก 4 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 36.36

จากจำนวนตัวอย่าง 150 ตัวอย่างพิจารณาการเลือกซื้อตราที่ห้าของผู้บริโภค แยกเป็นการโฆษณาจำนวน 77 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 51.33 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะชื่อและตราจำนวน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.33 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะราคาจำนวน 8 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 5.33 เป็นตัวอย่างที่เลือกเพราะการหาซื้อสะดวกจำนวน 62 ตัวอย่าง

คิดเป็นร้อยละ 41.33 และเลือกซื้อเพราะเชื่อถือในคุณภาพจำนวน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.67 จะเห็นได้ว่าการโฆษณาและการหาซื้อละดวก มีอิทธิพลต่อการเลือกตราประทับของผู้บริโภค



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงถึงระดับความเหมาะสมของตราชี้ในแต่ละอาชีพ

อาชีพ	ระดับความเหมาะสม				รวม	ระดับความเหมาะสมตามเกณฑ์				รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก
	เหมาะสม มาก	เหมาะสม	ไม่ค่อย เหมาะสม	ไม่เหมาะสม		เหมาะสม x 4	เหมาะสม x 3	ไม่ค่อย เหมาะสม x 2	ไม่เหมาะสม x 1		
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	-	(81.82%) 9	(18.18%) 2	-	(100%) 11	-	27	4	-	31	2.82
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	(9.52%) 2	(61.90%) 13	(23.81%) 5	(4.76%) 1	(100%) 21	8	39	10	1	58	2.76
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	(7.89%) 6	(75%) 57	(17.11%) 13	-	(100%) 76	24	171	26	-	221	2.91
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	(7.14%) 2	(75%) 21	(7.14%) 2	(10.71%) 3	(100%) 28	8	63	4	3	78	2.79
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	-	(64.29%) 9	(35.71%) 5	-	(100%) 14	-	27	10	-	37	2.64
รวม	(6.67%) 10	(72.67%) 109	(18.27%) 27	(2.67%) 4	(100%) 150	40	327	54	4	425	2.83



ตารางที่ 28 แสดงถึงระดับความเหมาะสมของตราयीห้อยน้ำกะทิลำเรีจรูปในแต่ละ  
อาชีพของผู้บริโภค

คะแนนความเหมาะสม

เหมาะสมมาก = 4                      เหมาะสม = 3

ไม่ค่อยเหมาะสม = 2                      ไม่เหมาะสม = 1

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 11  
ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อยอยู่ในระดับเหมาะสม จำนวน 9 ตัวอย่างหรือ  
81.82% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อยอยู่ในระดับไม่ค่อยเหมาะสม จำนวน  
2 ตัวอย่างหรือ 18.18% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.82 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มแม่บ้านมีทัศนคติต่อตรา  
यीห้อยของน้ำกะทิลำเรีจรูปที่ใช้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะเหมาะสม

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว พิจารณาจากจำนวนในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว  
21 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อยอยู่ในระดับเหมาะสมจำนวน 13 ตัวอย่างหรือ  
61.90% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อยอยู่ในระดับที่  
ไม่ค่อยเหมาะสมจำนวน 5 ตัวอย่างหรือ 23.81% เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อยอยู่ในระดับที่  
เหมาะสมมากจำนวน 2 ตัวอย่างหรือ 9.52% และเป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อยอยู่ในระดับไม่  
เหมาะสมจำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 4.76% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.76 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพทำงาน  
ส่วนตัวมีทัศนคติต่อตราयीห้อยของน้ำกะทิลำเรีจรูปที่ใช้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะเหมาะสม

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่ม  
อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 76 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อยอยู่ในระดับ  
เหมาะสมจำนวน 57 ตัวอย่างหรือ 75% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างที่คิดว่า  
ตราयीห้อยอยู่ในระดับไม่ค่อยเหมาะสมจำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 17.11% เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตรา  
यीห้อยอยู่ในระดับเหมาะสมมากจำนวน 6 ตัวอย่างหรือ 7.89% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.91 สรุปได้ว่า  
ผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีทัศนคติต่อตราयीห้อยของน้ำกะทิลำเรีจรูปที่  
เคยใช้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะเหมาะสม

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพ  
ทำงานบริษัทเอกชน 28 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อยอยู่ในระดับที่  
เหมาะสมจำนวน 21 ตัวอย่างหรือ 75% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อย  
อยู่ในระดับไม่เหมาะสมจำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 10.71% เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราयीห้อยอยู่ในระดับ

ที่เหมาะสมมากและไม่ค่อยเหมาะสมอย่างละ 2 ตัวอย่างหรือ 7.14% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.79  
สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชนมีทัศนคติต่อตรายี่ห้อของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่ใช่  
โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะเหมาะสม

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ที่พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ 14  
ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตรายี่ห้ออยู่ในระดับเหมาะสมจำนวน 9 ตัวอย่างหรือ  
64.29% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่คิดว่าตรายี่ห้ออยู่ในระดับไม่ค่อยเหมาะสมจำนวน  
5 ตัวอย่างหรือ 35.71% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.64 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีทัศนคติ  
ต่อตรายี่ห้อของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่ใช่โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ค่อนข้างเหมาะสม

จากตัวอย่างของผู้บริโภคทั้งหมด 150 ตัวอย่าง ผู้บริโภคคิดว่าตรายี่ห้ออยู่ใน  
เกณฑ์เหมาะสมมาก 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.67 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าเหมาะสม 109  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 72.67 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าไม่ค่อยเหมาะสม 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ  
18 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าไม่เหมาะสม 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.67 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่ม  
อาชีพต่าง ๆ มีความคิดเห็นต่อตรายี่ห้อของน้ำกะทิสำเร็จรูปในระดับที่ค่อนข้างจะเหมาะสม

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงถึงระดับความเหมาะสมของตราปีที่อยู่ในแต่ละระดับการศึกษ

ความเหมาะสม ระดับการศึกษา	ระดับความเหมาะสม				รวม	ระดับความเหมาะสมตามเกณฑ์				รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก
	เหมาะสม มาก	เหมาะสม ไม่ มาก	ไม่ ค่อย เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม		เหมาะสม มาก x 4	เหมาะสม x 3	ไม่ ค่อย เหมาะสม x 2	ไม่ เหมาะสม x 1		
ระดับประถมศึกษา	-	(72.73%) 8	(27.27%) 3	-	(100%) 11	-	24	6	-	30	2.73
ระดับประถมศึกษา	(5.13%) 2	(74.36%) 29	(15.38%) 6	(5.13%) 2	(100%) 39	8	87	12	2	109	2.79
ระดับอนุศึกษาหรือเทียบเท่า	(6.06%) 2	(63.64%) 21	(30.30%) 10	-	(100%) 23	8	63	20	-	91	2.76
ระดับปริญญาตรี	(5.36%) 3	(78.57%) 44	(14.29%) 8	(1.79%) 1	(100%) 56	12	132	16	1	161	2.88
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	(27.27%) 3	(63.64%) 7	-	(9.09%) 1	(100%) 11	12	21	-	1	34	3.09
รวม	(6.67%) 10	(72.67%) 109	(18%) 27	(2.67%) 4	(100%) 150	40	327	54	4	425	2.83





เหมาะสมจำนวน 8 ตัวอย่างหรือ 14.29% เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราอีห้ออยู่ในระดับที่เหมาะสมมาก  
จำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 5.36% และเป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราอีห้ออยู่ในระดับที่ไม่เหมาะสมจำนวน  
1 ตัวอย่างหรือ 1.79% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.88 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในระดับปริญญาตรีมีทัศนคติ  
ต่อตราอีห้อของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่เคย์ไฮ้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะเหมาะสม

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป  
11 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราอีห้ออยู่ในระดับที่เหมาะสมจำนวน 7 ตัวอย่างหรือ  
63.64% มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราอีห้ออยู่ในระดับที่เหมาะสม  
มากจำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 27.27% และเป็นตัวอย่างที่คิดว่าตราอีห้ออยู่ในระดับที่ไม่เหมาะสม  
จำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.09 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในระดับปริญญาตรี  
ขึ้นไปมีทัศนคติต่อตราอีห้อของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่เคย์ไฮ้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเหมาะสมดี

จากจำนวนตัวอย่าง 150 ตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับชื่อและตราอีห้ออยู่ในเกณฑ์  
เหมาะสมมาก 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.67 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าเหมาะสม 109 ตัวอย่าง  
คิดเป็นร้อยละ 72.67 เป็นตัวอย่างที่คิดว่าไม่ค่อยเหมาะสม 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18  
ตัวอย่างที่คิดว่าไม่เหมาะสม 4 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 2.67 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในระดับ  
ศึกษาต่าง ๆ มีความคิดเห็นต่อตราอีห้อของน้ำกะทิสำเร็จรูปอยู่ในระดับที่ค่อนข้างเหมาะสม

ศูนย์วิทยพัชกร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 แสดงถึงความชอบในคุณลักษณะที่สภาฯ ระบุแยกตามอาชีพ

คุณลักษณะ อาชีพ	ความมั่นใจ		ความสะอาด		ความยาว		รล่่าดี		กลุ่ม		ไม่พูดเสียบ่่าบ		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	6	33.33	6	33.33	-	-	-	-	1	5.56	5	5.56	-	-	18	100
กลุ่มอาชีพทำงาน คู่่วนตัว	13	36.11	6	16.67	4	11.11	4	11.11	1	2.78	8	22.22	-	-	36	100
กลุ่มอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	37	24.67	32	21.33	31	20.67	16	10.67	9	6	25	16.67	-	-	150	100
กลุ่มอาชีพทำงาน บริษัทเอกชน	17	26.56	15	23.44	14	21.88	5	7.81	5	7.81	8	12.5	-	-	64	100
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	4	19.05	5	23.81	5	23.81	2	9.52	-	-	5	23.81	-	-	21	100
รวม	77	26.64	64	22.15	54	18.69	27	9.34	16	5.54	51	17.65	-	-	289	100

จากตารางที่ 30 แสดงถึงความชอบในคุณลักษณะของน้ำกะทิในแต่ละอาชีพ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน วิเคราะห์ได้ว่าจากตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ซึ่งได้คำตอบ ทั้งสิ้น 18 คำตอบ เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความมัน 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 33.33 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความสะอาด 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 33.33 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้าน กลิ่น 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.56 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสียง่าย 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.78 จะเห็นได้ว่ากลุ่มอาชีพแม่บ้าน ชอบในด้านความมันและความสะอาดของ น้ำกะทิ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว วิเคราะห์ได้ว่าจากตัวอย่าง 21 ตัวอย่าง ซึ่งได้ คำตอบทั้งสิ้น 36 คำตอบ เป็นตัวอย่างชอบในด้านความมัน 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 36.11 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความสะอาด 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบใน ด้านความขาว 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.11 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.11 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่น 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.78 เป็นตัว อย่างที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสียง่าย 8 คำตอบ หรือ 22.22% แสดงว่าผู้บริโภคชอบในด้านความมัน

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่างทำ งานส่วนตัว 76 ตัวอย่าง ซึ่งให้คำตอบทั้งสิ้น 150 คำตอบ ชอบในด้านความมัน 37 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความสะอาด 32 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.33 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความขาว 31 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 16 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่น 9 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสียง่าย 25 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.67 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ชอบในด้านความมันและความสะอาด

จากตัวอย่างกลุ่มทำงานบริษัทเอกชน วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่าง 28 ตัวอย่าง ซึ่งให้คำตอบทั้งสิ้น 64 คำตอบ ชอบในด้านความมัน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.56 เป็น ตัวอย่างชอบในด้านความสะอาด 15 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.44 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้าน ความขาว 14 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.88 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.81 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่น 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.81 เป็นตัวอย่าง ที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสียง่าย 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.5 แสดงให้เห็นได้ว่าผู้บริโภค ในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ชอบในด้านความมันและความสะอาด

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 14 ตัวอย่าง ซึ่งให้คำตอบ ทั้งสิ้น 21 คำตอบ ชอบในด้านความมัน 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.05 เป็นตัวอย่างที่ชอบใน ด้านความสะอาด 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.81 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความขาว 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.81 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.52 เป็น ตัวอย่างที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสี้ยว 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.81 แสดงให้เห็นได้ว่าผู้ บริโภคกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่ชอบในด้านความสะอาดและความขาวของน้ำกะทิ

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง ซึ่งให้คำตอบทั้งสิ้น 289 คำตอบ พิจารณา ในด้านความชอบคุณลักษณะของน้ำกะทิได้ตัวอย่างที่ชอบในด้านความมัน 77 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.64 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความสะอาด 64 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.15 เป็นตัวอย่าง ที่ชอบในด้านความขาว 54 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.69 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 27 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.34 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่น 16 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.54 และเป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสี้ยว 51 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.65 ซึ่งแสดงให้เห็น ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบในด้านความมันและความสะอาดของน้ำกะทิ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพผู้บริโภคกับคุณสมบัติของน้ำกะทิ

อาชีพ	กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	กลุ่มอาชีพรับราย- การหรือรัฐวิสาห- กิจ	กลุ่มอาชีพทำ- งานบริษัทเอกชน	กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	รวม
ความมัน	6 (4.8)	13 (9.59)	37 (39.97)	17 (17.05)	4 (5.6)	77
ความสะอาด	6 (3.99)	6 (7.97)	32 (33.22)	15 (14.17)	5 (4.65)	64
ความยาว	0 (3.36)	4 (6.73)	31 (28.03)	14 (11.96)	5 (3.92)	54
รสชาติ	0 (1.68)	4 (3.36)	16 (14.01)	5 (5.98)	2 (1.96)	27
กลิ่น	1 (.99)	1 (1.99)	9 (8.3)	5 (3.54)	0 (1.16)	16
ไม่บูดหรือเสีย	5 (3.18)	8 (6.35)	25 (26.47)	8 (11.29)	5 (3.71)	51
รวม	18	36	150	64	21	289

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$\chi^2_c = 16.75 \quad \chi^2_{(0.05)(20)} = 31.41$$

เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ว่า "กลุ่มอาชีพของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับคุณสมบัติของน้ำกะทิ" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 30 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "กลุ่มอาชีพของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับคุณสมบัติของน้ำกะทิ"

ตารางที่ 31 แสดงถึงความชอบในคุณลักษณะที่น่าสนใจสำหรับภาคการศึกษาศึกษา

คุณลักษณะ ระดับการศึกษา	ความมั่นใจ		ความถี่ขาด		ความยาว		รสชาติ		กลิ่น		ไม่พูดหรือเสียบ่าย		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	6	33.33	4	22.22	3	16.67	2	11.11	1	5.56	2	11.11	-	-	18	100
ระดับประถมศึกษา	17	24.29	13	18.57	13	18.57	7	10	6	8.57	14	20	-	-	70	100
ระดับอนุศึกษาหรือเทียบเท่า	19	31.15	12	19.67	11	18.03	6	9.84	2	3.28	11	18.03	-	-	61	100
ระดับประถมศึกษา	29	24.58	28	23.73	21	17.8	11	9.32	7	5.93	22	18.64	-	-	118	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	6	27.27	7	31.82	6	27.27	1	4.55	-	-	2	9.09	-	-	22	100
รวม	77	26.64	64	22.15	54	18.69	27	9.34	16	5.54	51	17.65	-	-	289	100

จากตารางที่ 31 แสดงถึงความชอบในคุณลักษณะของน้ำกะทิ ในแต่ละระดับการศึกษา

จากตัวอย่างระดับประถมศึกษา วิเคราะห์ได้จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ซึ่งให้คำตอบทั้งสิ้น 18 คำตอบ ที่ชอบในด้านความมัน 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 33.33 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความสะอาด 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.22 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความขาว 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.11 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่น 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.56 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสียง่าย 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.11 แสดงให้เห็นได้ว่าผู้บริโภคในระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่ชอบในด้านความมันและความสะอาดของน้ำกะทิ

จากตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่าง 39 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 70 คำตอบที่ชอบในด้านความมัน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.29 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความสะอาด 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.57 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความขาว 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.57 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่น 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.57 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสียง่าย 14 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20 แสดงให้เห็นได้ว่าผู้บริโภคในระดับมัธยมศึกษา ส่วนใหญ่ชอบในด้านความมันและไม่บูดหรือเสียง่ายของน้ำกะทิ

จากตัวอย่างระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่าง 33 ตัวอย่าง ซึ่งให้คำตอบทั้งสิ้น 61 คำตอบที่ชอบในด้านความมัน 19 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 31.15 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความสะอาด 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความขาว 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.03 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.84 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่น 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.28 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสียง่าย 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.03 แสดงให้เห็นได้ว่าผู้บริโภคในระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ชอบในด้านความมันและความสะอาดของน้ำกะทิ

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรี วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่าง 56 ตัวอย่าง ซึ่งให้คำตอบทั้งสิ้น 118 คำตอบที่ชอบในด้านความมัน 29 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.58 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความสะอาด 28 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.73 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความขาว 21 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.8 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.32 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่น 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.93 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านไม่บูด



หรือเฉลี่ยง่าย 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.64 แสดงให้เห็นได้ว่าผู้บริโภคนในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ชอบในด้านความมั่นใจและความสะอาดของน้ำกะทิ

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ซึ่งให้ คำตอบทั้งสิ้น 22 คำตอบที่ชอบในด้านความมั่นใจ 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.27 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความสะอาด 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 31.82 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความยาว 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.27 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติ 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.55 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านไม่บูดหรือเสียง่าย 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.09 แสดงให้เห็นได้ว่าผู้บริโภคนชอบในด้านความสะอาด ความมั่นใจและความยาวของกะทิ

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง ซึ่งได้คำตอบทั้งสิ้น 289 คำตอบ จะพิจารณาได้ว่าผู้บริโภคนชอบในด้านความมั่นใจ 77 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.64 ชอบในด้านความสะอาด 64 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.15 ชอบในด้านความยาว 54 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.69 ชอบในด้านไม่บูดหรือเสียง่าย 51 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.65 ชอบในด้านรสชาติ 27 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.34 ชอบในด้านกลิ่น 16 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.54

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับคุณลักษณะบ่งชี้ของน้ำกะทิ

การศึกษา	ระดับประถมศึกษา	ระดับมัธยมศึกษา	ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ระดับปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	รวม
ความมัน	6 (4.8)	17 (18.65)	19 (16.25)	29 (31.44)	6 (5.86)	77
ความสะอาด	4 (3.99)	13 (15.50)	13 (13.51)	28 (26.13)	7 (4.87)	64
ความขาว	3 (3.36)	13 (13.08)	11 (11.4)	21 (22.05)	6 (4.11)	54
รสชาติ	2 (1.68)	7 (6.54)	6 (5.7)	11 (11.02)	1 (2.06)	28
กลิ่น	1 (0.99)	6 (3.88)	2 (3.38)	7 (6.53)	0 (1.22)	16
ไม่บูดหรือเสียง่าย	2 (3.18)	14 (12.35)	11 (10.76)	22 (20.82)	2 (3.88)	51
รวม	18	70	61	118	22	289

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$\chi^2_c = 8.99 < \chi^2_{(0.05)(20)} = 31.41$$

เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ว่า "ระดับการศึกษาไม่มีส่วนสัมพันธ์กับคุณลักษณะบ่งชี้ของน้ำกะทิ" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 31 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "ระดับการศึกษาไม่มีส่วนสัมพันธ์กับคุณลักษณะบ่งชี้ของน้ำกะทิ"

ตารางที่ 32 มาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อผลิตและจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

เขต	เกษตรกร			การรวมกลุ่ม			การรวมกลุ่ม			การรวมกลุ่ม			กลุ่ม			ตำบล			อำเภอ				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
กลุ่มเกษตรกร	(12)	(14)	(-)	2.36	(16)	(1)	2.09	(-)	(16)	(3)	1.73	(3)	(18)	(1)	2	(18)	(10)	(-)	(18)	(10)	(-)	2.55	
(11 ตำบล)	4	7	-		8	1			8	3		1	9	1		6	5		5				
100%	36.36%	53.64%		36.36%	72.73%	9.09%		18.18%	72.73%	27.27%		9.09%	81.62%	9.09%		54.55%	45.45%		45.45%				
กลุ่มเกษตรกรรวม	(39)	(12)	(2)	2.52	(16)	(6)	2.05	(6)	(22)	(8)	1.71	(15)	(24)	(4)	2.05	(30)	(18)	(2)	(30)	(18)	(2)	2.38	
(21 ตำบล)	13	6	2		8	6		7	8	8		5	12	4		10	9	2	10	9	2		
100%	61.90%	28.57%	9.52%	28.57%	38.1%	28.57%		33.33%	38.1%	38.1%		23.81%	57.14%	19.05%		47.62%	42.86%	9.52%	42.86%	9.52%			
กลุ่มเกษตรกรรวม	(114)	(66)	(5)	2.43	(84)	(3)	2.37	(33)	(92)	(19)	1.89	(12)	(51)	13	1.99	(45)	(104)	(9)	(45)	(104)	(9)	2.01	
(76 ตำบล)	28	33	5		42	3		11	46	19		12	51	13		15	52	9	15	52	9		
100%	50%	43.42%	6.58%	40.79%	55.56%	3.95%		14.47%	60.53%	25%		25.79%	67.11%	7.11%		19.74%	68.42%	11.84%	68.42%	11.84%			
กลุ่มเกษตรกรรวม	(48)	(22)	(1)	2.54	(28)	(1)	2.43	(6)	(46)	(3)	1.96	(18)	(40)	(2)	2.14	(27)	(30)	(4)	(27)	(30)	(4)	2.18	
(28 ตำบล)	16	11	1		14	1		2	23	3		6	20	2		9	15	4	9	15	4		
100%	57.14%	39.29%	3.57%	46.43%	50%	3.57%		7.14%	82.14%	10.71%		21.43%	71.43%	7.14%		32.14%	53.57%	14.29%	53.57%	14.29%			
กลุ่มเกษตรกรรวม	(12)	(16)	(2)	2.14	(22)	-	2.21	(3)	(22)	(2)	1.93	(4)	(9)	1	2.21	(21)	(14)	(-)	(21)	(14)	(-)	2.5	
(14 ตำบล)	4	8	2		3			1	11	2		4	9	1		7	7		7	7			
100%	28.57%	57.14%	14.29%	21.43%	78.57%			7.14%	78.57%	14.29%		28.57%	64.29%	7.14%		50%	50%		50%				
รวม	75	65	10	77	83	11	56	99	35	28	101	21	47	88	15	31.33%	38.67%	10%	38.67%	10%			
50%	43.33%	6.67%	51.33%	42.67%	6%	7.33%	37.33%	55.33%	7.33%	10.67%	66%	23.33%	18.67%	67.33%	14%								

จากตารางที่ 32

แสดงถึงความคิดเห็นที่มีต่อคุณสมบัติของน้ำกะทิแยก

ตามอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 11 ราย ให้ความเห็นต่อคุณสมบัติ น้ำกะทิดังนี้.-

- ความฉ่ำ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 7 รายหรือ 63.64% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 4 รายหรือ 36.36% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.36 สรุปได้ว่าความฉ่ำของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

- ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 7 รายหรือ 63.64% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 4 รายหรือ 36.36% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.36 สรุปได้ว่าความฉ่ำของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 8 รายหรือ 72.73% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 2 รายหรือ 18.18 ระดับไม่ดี 1 รายหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.09 สรุปได้ว่าความขาวของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 8 รายหรือ 72.73% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 27.27% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 1.73 สรุปได้ว่ากลิ่นของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

รสชาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 9 รายหรือ 81.82% มากที่สุด รองลงไป ระดับดีและไม่ดีอย่างลพ 1 รายหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2 สรุปได้ว่ารสชาติของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ไม่บูดหรือเสียง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับดี 6 รายหรือร้อยละ 54.55 มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 5 ราย หรือ 45.55% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.55 สรุปได้ว่าการไม่บูดหรือเสียง่ายของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 21 ราย ให้ความเห็นต่อคุณสมบัติ น้ำกะทิดังนี้.-

ความฉ่ำ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับดี 13 รายหรือ 61.9% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 6 รายหรือ 28.57 ระดับไม่ดี 2 รายหรือ 9.52% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.52

สรุปได้ว่าความฉันทของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 14 รายหรือ 66.67% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 6 รายหรือ 28.57 ระดับไม่ดี 1 รายหรือ 4.76% เฉลี่ยน้ำหนัก 2.24 สรุปได้ว่า ความสะอาดของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 8 รายหรือ 38.1% มากที่สุด รองลงไประดับดี 7 รายหรือ 33.93% ระดับไม่ดี 6 รายหรือ 28.57% เฉลี่ยน้ำหนัก 2.05 สรุปได้ว่า ความขาวของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 11 รายหรือ 52.38% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 8 รายหรือ 38.1% ระดับดี 2 รายหรือ 9.52% เฉลี่ยน้ำหนัก 1.71 สรุปได้ว่า กลิ่นของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

รสย่ำดี กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 12 รายหรือ 57.14% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 5 รายหรือ 23.81% ระดับไม่ดี 4 รายหรือ 19.05% เฉลี่ยน้ำหนัก 2.05 สรุปได้ว่ารสย่ำดีของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ไม่บูดหรือเสียบง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับ ดี 10 รายหรือ 47.62% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 9 ราย หรือ 42.86% ระดับไม่ดี 2 รายหรือ 9.52% เฉลี่ย น้ำหนัก 2.38 สรุปได้ว่ากาไม่บูดหรือเสียบง่ายของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่าง 76 ราย ให้ความเห็นต่อ คุณสมบัติน้ำกะทิดังนี้.-

ความฉันท กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับดี 38 รายหรือ 50% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 33 รายหรือ 43.42% ระดับไม่ดี 5 รายหรือ 6.58% เฉลี่ยน้ำหนัก 2.43 สรุปได้ว่าความฉันทของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับดี 44 รายหรือ 57.89% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 28 รายหรือ 36.84% ระดับไม่ดี 4 รายหรือ 5.26% เฉลี่ย น้ำหนัก 2.53 สรุปได้ว่าความสะอาดของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 42 รายหรือ 55.26% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 31 รายหรือ 40.79 ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 3.95 เฉลี่ยน้ำหนัก

ได้ 2.37 สรุปได้ว่าความขาวของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 46 รายหรือ 60.53% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 19 รายหรือ 25% ระดับดี 11 รายหรือ 14.47% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 1.89 สรุปได้ว่ากลิ่นของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

รสชาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 51 รายหรือ 67.11% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 13 รายหรือ 17.11% ระดับดี 12 รายหรือ 15.79% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 1.99 สรุปได้ว่ารสชาติของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

ไม่บูดหรือเสียง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 52 รายหรือ 68.42% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 15 รายหรือ 19.74% ระดับไม่ดี 9 รายหรือ 11.84% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.08 สรุปได้ว่ากรไม่บูดหรือเสียของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 21 ราย ให้ความเห็นต่อคุณสมบัติน้ำกะทิดังนี้. -

ความมัน กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับดี 16 รายหรือ 7.14% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 11 รายหรือ 39.29% ระดับไม่ดี 1 รายหรือ 3.57% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.54 สรุปได้ว่า ความมันของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับดี 16 รายหรือ 57.14% มากที่สุด รองลงไประดับพอใช้ 10 รายหรือ 35.71% ระดับไม่ดี 2 รายหรือ 7.14% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.5 สรุปได้ว่าความสะอาดของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 14 รายหรือ 50% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 13 รายหรือ 46.43% ระดับไม่ดี 1 รายหรือ 3.57% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.43 สรุปได้ว่า ความขาวของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 23 รายหรือ 82.14% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 10.71% ระดับดี 2 รายหรือ 7.14% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 1.96 สรุปได้ว่ากลิ่นของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

รลยชาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 20 รายหรือ 71.43% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 6 รายหรือ 21.43% ระดับไม่ดี 2 รายหรือ 7.14% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.14 สรุปได้ว่ารลยชาติของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ไม่บูดหรือเสียวง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับดี 15 รายหรือ 53.57% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 9 ราย หรือ 32.14% ระดับไม่ดี 4 รายหรือ 14.29% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.18 สรุปได้ว่าการไม่บูดและเสียวง่ายของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 14 รายให้ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะบัติน้ำกะทิดังนี้.-

ความมัน กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 8 รายหรือ 57.14% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 4 รายหรือ 28.57% ระดับไม่ดี 2 รายหรือ 14.29% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.14 สรุปได้ว่า ความมันของน้ำกะทิ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับดี 7 รายหรือ 50% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 5 รายหรือ 35.71% ระดับไม่ดี 2 รายหรือ 14.29% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.36 สรุปได้ว่าความสะอาดของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 11 รายหรือ 78.57% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 3 รายหรือ 21.43% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.21 สรุปได้ว่า ความขาวของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 11 รายหรือ 78.57% มากที่สุด รองลงไประดับไม่ดี 2 รายหรือ 14.29% ระดับดี 1 รายหรือ 7.14% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 1.93 สรุปได้ว่ากลิ่นของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

รลยชาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ 9 รายหรือ 64.29% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 4 รายหรือ 28.57% ระดับไม่ดี 1 รายหรือ 7.14% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.21 สรุปได้ว่ารลยชาติของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ไม่บูดหรือเสียวง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าอยู่ในระดับดี 7 รายหรือ 50% ระดับพอใช้ 7 รายหรือ 50% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.5 สรุปได้ว่าการไม่บูดหรือเสียวง่ายของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ตารางที่ 32 ก. ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเป็นร้อยละของนักเรียนที่ผ่านแต่ละระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความสนใจ				ความรอบรู้				ความเข้าใจ				ความสนใจ				ความเข้าใจ								
	K	พอใช้	ไม่ใช้	เฉลี่ย น้ำหนัก	K	พอใช้	ไม่ใช้	เฉลี่ย น้ำหนัก	K	พอใช้	ไม่ใช้	เฉลี่ย น้ำหนัก	K	พอใช้	ไม่ใช้	เฉลี่ย น้ำหนัก	K	พอใช้	ไม่ใช้	เฉลี่ย น้ำหนัก	K	พอใช้	ไม่ใช้	เฉลี่ย น้ำหนัก	
																									จำนวน
ระดับประถมศึกษา 111 ตัวอย่าง 100%	(18)	(10)	-	2.55	(6)	(18)	-	2.18	(12)	(12)	(1)	2.27	(6)	(12)	(3)	1.91	(12)	(12)	(1)	2.27	(9)	(9)	(16)	(16)	2.27
	6	5	-		2	9	-		4	6	1		2	6	3		4	6	1		3	8	8		
	54.5%	45.45%			18.18%	81.82%			36.36%	54.55%	9.09%		18.18%	54.55%	27.27%		36.36%	54.55%	9.09%		27.27%	72.73%	(46)	(4)	2.27
	(54)	(36)	(3)	2.38	(57)	(34)	(3)	2.41	(27)	(52)	(4)	2.13	(21)	(52)	(6)	2.03	(24)	(52)	(5)	2.08	(36)	(46)	(4)	(4)	2.27
ระดับประถมศึกษา 39 ตัวอย่าง 100%	18	18	3	7.69%	19	17	3	2.41	9	26	4	2.13	7	26	6	2.03	8	26	5	2.08	12	23	4	2.27	
	46.15%	46.15%	7.69%		48.72%	45.59%	7.69%		23.08%	66.67%	10.26%		17.95%	66.67%	15.38%		20.51%	66.67%	12.82%		30.77%	58.67%	10.26%	2.27	
	(48)	(32)	(1)	2.45	(45)	(30)	(3)	2.36	(33)	(36)	(4)	2.21	(9)	(42)	(9)	1.82	(12)	(48)	(5)	1.97	(30)	(40)	(3)	(3)	2.27
	15	16	1		15	15	3		11	18	4		3	21	9		14	24	5		10	20	3	(3)	2.27
ระดับประถมศึกษา 56 ตัวอย่าง 100%	48.48%	48.48%	3.03%		45.45%	45.45%	9.09%		33.33%	54.55%	12.12%		9.09%	63.64%	27.27%		12.12%	72.73%	13.15%		30.30%	60.61%	9.09%	2.27	
	(84)	(44)	(6)	2.39	(93)	(44)	(3)	2.5	(78)	(58)	(1)	2.45	(12)	(82)	(11)	1.88	(36)	(76)	(6)	2.11	(63)	(60)	(5)	(5)	2.27
	28	22	6		31	22	3		26	29	1		4	41	11		12	38	6		21	30	5	(3)	2.27
	50%	39.29%	10.71%		55.36%	39.29%	5.36%		46.43%	51.79%	1.79%		7.14%	73.21%	15.64%		21.43%	67.86%	10.71%		37.5%	52.57%	8.93%	(3)	1.8
ระดับประถมศึกษา 111 ตัวอย่าง 100%	(21)	(8)	-	2.64	(30)	(2)	-	2.91	(18)	(8)	(1)	2.45	-	(10)	(6)	1.45	-	(14)	(4)	1.64	(3)	(14)	(3)	1.8	
	7	4	-		10	1	-		6	4	1		-	5	6		-	7	4		1	7	3	2.27	
	63.64%	36.36%			90.91%	9.09%			54.55%	36.36%	9.09%		45.45%	54.55%			63.64%	36.36%			9.09%	63.64%	27.27%		
	75	65	10		77	64	9		56	83	11		16	99	35		28	101	21		47	88	15	2.27	
50%	43.33%	6.67%		42.67%	42.67%	6%		37.33%	55.33%	7.33%		10.67%	66%	23.33%		18.67%	67.33%	14%		31.33%	58.67%	10%			

หมายเหตุ: K=คะแนน ( ) เป็นตัวเลขน้ำหนักตัวรวม K = 3 พอใช้ = 2 ไม่ใช้ = 1



จากตารางที่ 32 ก

แสดงถึงความคิดเห็นที่มีต่อคุณลักษณะปฏิกิริยาใน

แต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 11 รายให้ความเห็นต่อคุณลักษณะปฏิกิริยาของ  
น้ำกะทิดังนี้.-

ความมัน กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความมันของน้ำกะทิอยู่ในระดับดี 6 รายหรือ  
54.55% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 5 รายหรือ 45.45% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.55 สรุปได้  
ว่าความมันของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความสะอาดของน้ำกะทิอยู่ในระดับพอใช้  
9 รายหรือ 81.82% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 2 รายหรือ 18.18% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.18  
สรุปได้ว่าความสะอาดของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความขาวของน้ำกะทิอยู่ในระดับ พอใช้ 6  
รายหรือ 54.55% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 4 รายหรือ 36.36% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.27  
สรุปได้ว่าความขาวของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นต่อกลิ่นของน้ำกะทิอยู่ในระดับพอใช้ 6 รายหรือ  
54.55% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 27.27% ระดับดี 2 รายหรือ 18.18%  
เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 1.91 สรุปได้ว่ากลิ่นของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

รสชาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ารสชาติของน้ำกะทิอยู่ในระดับพอใช้ 6 รายหรือ  
54.55% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 4 รายหรือ 36.36% ระดับไม่ดี 1 รายหรือ 9.09%  
เฉลี่ยน้ำหนักกันได้ 2.27 สรุปได้ว่ารสชาติของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ไม่บูดหรือเสียง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าการไม่บูดหรือเสียง่ายอยู่ในระดับพอ  
ใช้ 8 รายหรือ 72.73% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 3 รายหรือ 27.27% เฉลี่ยน้ำหนักกันได้  
2.27 สรุปได้ว่า การไม่บูดหรือเสียง่ายของน้ำกะทิอยู่ในระดับพอใช้

ระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 39 รายให้ความเห็นต่อคุณลักษณะปฏิกิริยาของน้ำกะทิ  
ดังนี้.-

ความมัน กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความมันของน้ำกะทิอยู่ในระดับดี และพอใช้  
เท่ากันคือ 18 รายหรือ 46.15% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 7.69%

เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.38 สรุปได้ว่าความฉงนของน้ำทะเลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความสะอาดของน้ำทะเลอยู่ในระดับดี 19 รายหรือ 48.72% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 17 รายหรือ 43.59% ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 7.69% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.41 สรุปได้ว่าความสะอาดของน้ำทะเลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า ความขาวของน้ำทะเลอยู่ในระดับพอใช้ 26 รายหรือ 66.67% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 9 รายหรือ 23.08% ระดับไม่ดี 4 รายหรือ 10.26% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.13 สรุปได้ว่า ความขาวของน้ำทะเลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ากลิ่นของน้ำทะเลอยู่ในระดับพอใช้ 26 รายหรือ 66.67% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 7 รายหรือ 17.95% ระดับไม่ดี 6 รายหรือ 15.38% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.03 สรุปได้ว่ากลิ่นของน้ำทะเลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

รสชาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ารสชาติของน้ำทะเลอยู่ในระดับพอใช้ 26 รายหรือ 66.67% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 8 รายหรือ 20.51% ระดับไม่ดี 5 รายหรือ 12.82% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.08 สรุปได้ว่ารสชาติของน้ำทะเลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ไม่บูดหรือเสี้ยว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าการไม่บูดหรือเสี้ยวอยู่ในระดับพอใช้ 23 รายหรือ 58.97% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 12 รายหรือ 30.77% ระดับไม่ดี 4 รายหรือ 10.26% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.21 สรุปได้ว่า การไม่บูดหรือเสี้ยวของน้ำทะเลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ระดับอนุประิณญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 33 รายให้ความเห็นต่อคุณลักษณะปติ น้ำทะเลดังนี้ -

ความฉงน กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความฉงนของน้ำทะเลอยู่ในระดับ ดีและพอใช้เท่า กันคือ 16 รายหรือ 48.48% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 1 รายหรือ 3.03% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.45 สรุปได้ว่าความฉงนของน้ำทะเลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความสะอาดของน้ำทะเลอยู่ในระดับดีและพอใช้เท่ากันคือ 15 รายหรือ 45.45% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.36 สรุปได้ว่าความสะอาดของน้ำทะเลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความขาวของน้ำกะทิลูกอยู่ในระดับพอใช้ 18 รายหรือ 54.55% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 11 รายหรือ 33.33% ระดับไม่ดี 4 รายหรือ 12.12% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.21 สรุปได้ว่าความขาวของน้ำกะทิลูกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ากลิ่นของน้ำกะทิลูกอยู่ในระดับพอใช้ 21 รายหรือ 63.64% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 9 รายหรือ 27.27% ระดับดี 3 รายหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 1.82 สรุปได้ว่ากลิ่นของน้ำกะทิลูกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

รสชาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ารสชาติของน้ำกะทิลูกอยู่ในระดับ พอใช้ 24 รายหรือ 72.73% มากที่สุด รองลงไประดับไม่ดี 5 รายหรือ 15.15% ระดับดี 4 รายหรือ 12.12% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 1.97 สรุปได้ว่ารสชาติของน้ำกะทิลูกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

ไม่บูดหรือเสียวง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าการไม่บูดหรือเสียวง่ายของน้ำกะทิลูกอยู่ในระดับพอใช้ 20 รายหรือ 60.61% มากที่สุด รองลงไประดับดี 10 รายหรือ 30.30% ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.21 สรุปได้ว่าการไม่บูดหรือเสียวง่ายของน้ำกะทิลูกอยู่ในระดับพอใช้

ระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 56 ราย ให้ความเห็นต่อคุณลักษณะของน้ำกะทิลูกดังนี้ .-

ความมัน กลุ่มตัวอย่างให้ความมันของน้ำกะทิลูกอยู่ในระดับดี 28 รายหรือ 50% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 22 รายหรือ 39.29% ระดับไม่ดี 6 รายหรือ 10.71% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.39 สรุปได้ว่าความมันของน้ำกะทิลูกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความสะอาดของน้ำกะทิลูกอยู่ในระดับดี 31 รายหรือ 55.36% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใช้ 22 รายหรือ 39.29% ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 5.36% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.5 สรุปได้ว่าความสะอาดของน้ำกะทิลูกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า ความขาวของน้ำกะทิลูกอยู่ในระดับพอใช้ 29 รายหรือ 51.79% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 26 รายหรือ 46.43% ระดับไม่ดี 1.79% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.45 สรุปได้ว่าความขาวของน้ำกะทิลูกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ากลิ่นของน้ำกะทืออยู่ในระดับ 41 รายหรือ 73.21% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่มีดี 11 รายหรือ 19.64% ระดับดี 4 รายหรือ 7.14% เฉลี่ยน้ำหนักโกโก้ 1.88 สรุปได้ว่ากลิ่นของน้ำกะทือโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ

รสชาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ารสชาติของน้ำกะทืออยู่ในระดับ พอใจ 38 รายหรือ 67.86% มากที่สุด รองลงไประดับดี 12 รายหรือ 21.43% ระดับไม่มีดี 6 รายหรือ 10.71% เฉลี่ยน้ำหนักโกโก้ 2.11 สรุปได้ว่ารสชาติของน้ำกะทือโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจ

ไม่บูดหรือเสียนง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าการไม่บูดหรือเสียนง่ายอยู่ในระดับพอใจ 30 รายหรือ 53.57% มากที่สุด รองลงไป ระดับดี 21 รายหรือ 37.5% ระดับไม่มีดี 5 รายหรือ 8.93% เฉลี่ยน้ำหนักโกโก้ 2.29 สรุปได้ว่าการไม่บูดหรือเสียนง่ายของน้ำกะทือโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจ

ระดับประจักษ์ชัดขึ้น ไปจากค่ารวมตัวอย่างทั้งหมด 11 ราย ให้ความเห็นต่อคุณสมบัติของน้ำกะทือดังนี้ . -

ความมัน กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความมันของน้ำกะทืออยู่ในระดับดี 7 รายหรือ 63.64% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใจ 4 รายหรือ 36.36% เฉลี่ยน้ำหนักโกโก้ 2.64 สรุปได้ว่าความมันของน้ำกะทือโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความสะอาดของน้ำกะทืออยู่ในระดับดี 10 รายหรือ 90.91% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใจ 1 รายหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักโกโก้ 2.91 สรุปได้ว่าความสะอาดของน้ำกะทือโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างดี

ความขาว กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความขาวของน้ำกะทืออยู่ในระดับดี 6 รายหรือ 54.55% มากที่สุด รองลงไประดับพอใจ 4 รายหรือ 36.36% ระดับไม่มีดี 1 รายหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักโกโก้ 2.45 สรุปได้ว่าความขาวของน้ำกะทือโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจ

กลิ่น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ากลิ่นของน้ำกะทืออยู่ในระดับไม่มีดี 6 รายหรือ 54.55% มากที่สุด รองลงไป ระดับพอใจ 5 รายหรือ 45.45% เฉลี่ยน้ำหนักโกโก้ 1.45 สรุปได้ว่ากลิ่นของน้ำกะทือโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีดี

รสชาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า รสชาติของน้ำกะทืออยู่ในระดับพอใจ 7 รายหรือ 63.64% มากที่สุด รองลงไประดับไม่มีดี 4 รายหรือ 36.36% เฉลี่ยน้ำหนักโกโก้ 1.64 สรุปได้ว่า รสชาติของน้ำกะทือโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ

ไม่บูตหรือเสียบง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าการไม่บูตหรือเสียบง่ายของน้ำกะทิอยู่ในระดับพอใช้ 7 รายหรือ 63.64% มากที่สุด รองลงไป ระดับไม่ดี 3 รายหรือ 27.27% ระดับดี 1 รายหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 1.82 สรุปได้ว่าการไม่บูตหรือเสียบง่ายของน้ำกะทิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 แสดงถึงลำดับความสำคัญในการเลือกใช้น้ำทะเลที่สถานี

เหตุผลการใช้	กลุ่มอาชีพแม่บ้าน 11 ตัวอย่าง		กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว 21 ตัวอย่าง		กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ 6 ตัวอย่าง		กลุ่มอาชีพทำงานบริษัท เอกชน 25 ตัวอย่าง		กลุ่มอาชีพอื่น ๆ 17 ตัวอย่าง					
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 1	อันดับ 2				
ราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวสด	(2) 1	(3) 2	(12) 6	(7) 7	(10) 5	(19) 19	(2) 1	(6) 6	(-) -	(3) 3	เฉลี่ย น้ำหนัก	1.46	1.14	1.88
ความสะดวกในการใช้	(18) 9	(1) 1	(22) 11	(7) 7	(128) 64	(8) 8	(42) 21	(3) 3	(30) 15	(2) 2	เฉลี่ย น้ำหนัก	1.6	1.88	1.88
ความปลอดภัย	(-) -	(1) 1	(-) -	(-) -	(4) 2	(3) 3	(-) -	(1) 1	(-) -	(-) -	เฉลี่ย น้ำหนัก	-	1	-
หาซื้อสะดวก	(-) -	(5) 5	(4) 2	(2) 2	(8) 4	(32) 32	(4) 2	(6) 6	(4) 2	(11) 11	เฉลี่ย น้ำหนัก	1.5	1.25	1.15
การเก็บรักษาได้ทนกว่า	(2) 1	(1) 1	(4) 2	(5) 5	(2) 1	(14) 14	(2) 1	(9) 9	(-) -	(1) 1	เฉลี่ย น้ำหนัก	1.29	1.1	1.1
	11	11	21	21	76	76	25	25	17	17				

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขถ่วงน้ำหนักด้วยความสำคัญอันดับหนึ่ง = 2 ความสำคัญอันดับสอง = 1

ตารางที่ 33 ก แสดงถึงเหตุผลของการใช้ไม้กระถางไม้เรียวแบบกออาชีพ

อาชีพ	ราคาใกล้เคียงมะพร้าวชุด		ความสะอาดภายใน		ความประหยัด		หาซื้อสะดวก		การเก็บรักษาไถนานกว่า		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	1	9.09	9	81.82	-	-	-	-	1	9.09	11	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	6	28.57	11	52.38	-	-	2	9.52	2	9.52	21	100.00
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	5	6.58	64	84.21	2	2.63	4	5.26	1	1.32	76	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	1	4	21	84	-	-	2	8	1	4	25	100.00
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	-	-	15	88.24	-	-	2	11.76	-	-	17	100.00
รวม	13	8.67	120	80	2	1.33	10	6.67	5	3.33	150	100.00

จากตาราง 33.ก แสดงถึงเหตุผลของการใช้น้ำกะทิส้า ไร้รูปในแต่ละอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่าง 11 ราย ผู้บริโภคมีเหตุผลในการใช้น้ำกะทิส้า ไร้รูปเพราะราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 1 ราย หรือร้อยละ 9.09 ความสะดวกในการใช้ 9 ราย หรือร้อยละ 81.82 การเก็บรักษาได้นานกว่า 1 ราย หรือร้อยละ 9.09

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่าง 21 ราย ผู้บริโภคมีเหตุผลในการใช้น้ำกะทิส้า ไร้รูป เพราะราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 6 ราย หรือร้อยละ 28.57 ความสะดวกในการใช้ 11 ราย หรือร้อยละ 52.38 หาซื้อสะดวก 2 ราย หรือร้อยละ 9.52 การเก็บรักษาได้นานกว่า 2 ราย หรือร้อยละ 9.52

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่าง 76 ราย ผู้บริโภคมีเหตุผลในการใช้น้ำกะทิส้า ไร้รูป เพราะราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 5 ราย หรือร้อยละ 6.58 ความสะดวกในการใช้ 64 ราย หรือร้อยละ 84.21 ความประหยัด 2 ราย หรือร้อยละ 2.63 การหาซื้อสะดวก 4 ราย หรือร้อยละ 5.26 การเก็บรักษาได้นานกว่า 1 ราย หรือร้อยละ 1.32

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่าง 25 ราย ผู้บริโภคมีเหตุผลในการใช้น้ำกะทิส้า ไร้รูปเพราะราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 1 ราย หรือร้อยละ 4 ความสะดวกในการใช้ 21 ราย หรือร้อยละ 84 การหาซื้อสะดวก 2 ราย หรือร้อยละ 8 การเก็บรักษาได้นานกว่า 1 ราย หรือร้อยละ 4

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่าง 17 ราย ให้เหตุผลในการใช้น้ำกะทิส้า ไร้รูป เพราะ ความสะดวกในการใช้ 15 ราย หรือร้อยละ 88.24 การหาซื้อสะดวก 2 ราย หรือร้อยละ 11.76 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้น้ำกะทิส้า ไร้รูปเพราะความสะดวกในการใช้ปรุงอาหารเป็นอันดับแรก



ตารางที่ 33 ข แสดงถึงเหตุผลของการใช้ไม้ตะเคียน 5 อันดับแรกตามอาชีพ (อันดับสอง)

อาชีพ	เหตุผลการใช้		ราคาใกล้เคียง มะพร้าวสุด		ความสะดวกในการใช้		ความประหยัด		หาซื้อสะดวก		การเก็บรักษา ได้นานกว่า		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	3	27.27	1	9.09	1	9.09	1	9.09	5	45.45	1	9.09	11	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	7	33.33	7	33.33	-	-	-	-	2	9.52	5	23.81	21	100.00
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	19	25	8	10.53	3	3.95	3	3.95	32	42.11	14	18.42	76	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัท เอกชน	6	24	3	12	1	4	1	4	6	24	9	36	25	100.00
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	3	17.65	2	11.76	-	-	-	-	11	64.71	1	5.88	17	100.00
รวม	38	25.33	21	14	5	3.33	5	3.33	56	37.33	30	20	150	100.00



จากตารางที่ 33 ข แสดงถึงเหตุผลของการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่าง 11 ราย ผู้บริโภคมีเหตุผลในการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปเป็นอันดับสอง เพราะราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 3 ราย หรือร้อยละ 27.27 ความสะดวกในการใช้ 1 ราย หรือร้อยละ 9.09 ความประหยัด 1 ราย หรือร้อยละ 9.09 หาซื้อสะดวก 5 ราย หรือร้อยละ 45.45 การเก็บรักษาได้นานกว่า 1 ราย หรือร้อยละ 9.09

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่าง 21 ราย ผู้บริโภคมีเหตุผลในการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปเป็นอันดับสอง เพราะราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 7 ราย หรือร้อยละ 33.33 ความสะดวกในการใช้ 7 ราย หรือร้อยละ 33.33 การหาซื้อสะดวก 2 ราย หรือร้อยละ 9.52 การเก็บรักษาได้นานกว่า 5 ราย หรือร้อยละ 23.81

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่าง 76 ราย ผู้บริโภคมีเหตุผลในการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปเป็นอันดับสอง เพราะราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 19 ราย หรือร้อยละ 25 ความสะดวกในการใช้ 8 ราย หรือร้อยละ 10.53 ความประหยัด 3 ราย หรือร้อยละ 3.95 การหาซื้อสะดวก 32 ราย หรือร้อยละ 42.11 การเก็บรักษาได้นานกว่า 14 ราย หรือร้อยละ 18.42

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่าง 25 ราย ผู้บริโภคมีเหตุผลในการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปเป็นอันดับสอง เพราะราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 6 ราย หรือร้อยละ 24 ความสะดวกในการใช้ 3 ราย หรือร้อยละ 12 ความประหยัด 1 ราย หรือร้อยละ 4 การหาซื้อสะดวก 6 ราย หรือร้อยละ 24 การเก็บรักษาได้นานกว่า 9 ราย หรือร้อยละ 36

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่าง 17 ราย ผู้บริโภคมีเหตุผลในการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปเป็นอันดับสอง เพราะราคาใกล้เคียงกับมะพร้าวขูด 3 ราย หรือร้อยละ 17.65 ความสะดวกในการใช้ 2 ราย หรือร้อยละ 11.76 การหาซื้อสะดวก 11 ราย หรือร้อยละ 64.71 การเก็บรักษาได้นานกว่า 1 ราย หรือร้อยละ 5.88

จากตารางที่ 33, 33 ก, 33 ข จะเห็นได้ว่าการเลือกใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปเป็นอันดับหนึ่ง (เฉลี่ยน้ำหนักได้ 1.9) รองลงไปได้แก่การเก็บรักษาได้นานกว่า (เฉลี่ยน้ำหนักได้ 1.5) กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปเป็นอันดับหนึ่ง (เฉลี่ยน้ำหนักได้ 1.6) รองลงไปได้แก่การหาซื้อสะดวก (เฉลี่ยน้ำหนักได้ 1.5) กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ

ในการใช้ไม้กาะกิล่า เร็วรูปเพราะความล่ะตวทในการใช้ เป็นอันดับหนึ่ง (เฉลี่ยน้ำหนักไม้ 1.8) รองลงไปได้แก่ความประหยัด (เฉลี่ยน้ำหนักไม้ 1.4) กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน  
 การใช้ไม้กาะกิล่า เร็วรูปเพราะความล่ะตวทในการใช้ เป็นอันดับหนึ่ง (เฉลี่ยน้ำหนักไม้ 1.88) รองลงไปได้แก่การหาซื้อล่ะตวท (เฉลี่ยน้ำหนักไม้ 1.25) กลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีเหตุผลในการใช้ไม้กาะกิล่า เร็วรูปเพราะความล่ะตวทในการใช้ เป็นอันดับหนึ่ง (เฉลี่ยน้ำหนักไม้ 1.88) รองลงไปได้แก่การหาซื้อล่ะตวท (เฉลี่ยน้ำหนักไม้ 1.15)

อาศัยข้อมูลจากตารางดังกล่าวข้างต้นเราพอสรุปได้ว่าข้อล่ะมมุติฐาน (Ho) ที่ว่า  
 "ความล่ะตวทในการใช้ เป็นล่ะส่วนล่ะคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้น้ะบริโภค" เป็นจริง



ศูนย์วิทยพัทพัยกร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 แสดงถึงประเภทหีบห่อที่ผู้บริโภคซื้อแยกตามอาชีพ

อาชีพ \ ประเภท	ถุง		กระป๋อง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	11	100	-	-	11	100
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	21	100	-	-	21	100
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	73	96.05	3	3.95	76	100
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	27	96.43	1	3.57	28	100
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	14	100	-	-	14	100
รวม	146	97.33	4	2.67	150	100

จากตารางที่ 34 แสดงถึงประเภทหีบห่อของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคเคยใช้ในแต่ละอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน ในจำนวนตัวอย่าง 11 ราย ของกลุ่มอาชีพแม่บ้าน เป็นผู้ที่ใช้ น้ำกะทิสำเร็จรูปชนิดถุงทั้ง 11 ตัวอย่าง

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่าง 21 ตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว เป็นผู้ที่ใช้ น้ำกะทิสำเร็จรูปชนิดถุงทั้ง 21 ตัวอย่าง

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่าง 76 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่ใช้ น้ำกะทิสำเร็จรูปชนิดถุง 73 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 96.05 เป็นผู้ที่ใช้ น้ำกะทิสำเร็จรูปชนิดกระป๋อง 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.95

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่าง 28 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่ใช้ น้ำกะทิสำเร็จรูปชนิดถุง 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 96.43 เป็นผู้ที่ใช้ น้ำกะทิสำเร็จรูปชนิดกระป๋อง 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.57

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่าง 14 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่ใช้ไม้กระดานหรือวัสดุชนิดอื่น  
ทั้ง 14 ตัวอย่าง

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้ชนิดถุงถึง  
146 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 97.33 ส่วนชนิดกระป๋องผู้บริโภคน้อยเพียง 4 ตัวอย่างคิด  
เป็นร้อยละ 2.67



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 แสดงถึงประเภทหีบห่อที่ผู้ใช้บริโภคแยกตามระดับการศึกษา

ประเภท ระดับการศึกษา	ถุง		กระป๋อง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	11	100	-	-	11	100
ระดับมัธยมศึกษา	39	100	-	-	39	100
ระดับอนุปฐมยาหรือ เทียบเท่า	32	96.97	1	3.03	33	100
ระดับปริญญาตรี	55	98.21	1	1.79	56	100
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	9	81.82	2	18.18	11	100
รวม	146	97.33	4	2.67	150	100

จากตารางที่ 35 แสดงถึงประเภทหีบห่อของน้ำกะทิสำเร็จรูปที่ผู้ใช้บริโภคเคยใช้  
ในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา ในจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปแบบ  
ถุงทั้ง 11 ตัวอย่าง

ระดับมัธยมศึกษา ในจำนวนตัวอย่าง 39 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป  
ชนิดถุงทั้ง 39 ตัวอย่าง

ระดับอนุปฐมยาหรือเทียบเท่า ในจำนวนตัวอย่าง 33 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิ  
สำเร็จรูป 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.97 เป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปชนิดกระป๋อง 1 ราย  
คิดเป็นร้อยละ 3.03

ระดับปริญญาตรี ในจำนวนตัวอย่าง 56 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่ใช้ น้ำกะทิสำเร็จรูปชนิดถุง  
55 รายคิดเป็นร้อยละ 98.21 เป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปชนิดกระป๋อง 1 รายคิดเป็นร้อยละ  
1.79

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในจำนวนตัวอย่าง 11 รายเป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิล้างจานหรือรูปแบบถุง  
9 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.82 เป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิล้างจานหรือรูปแบบกระป๋อง 2 รายคิดเป็นร้อยละ  
18.18

ในจำนวนตัวอย่าง 150 ราย ชนิดสบู่ที่ผู้บริโภคใช้มักจะเป็นชนิดถุงซอง  
146 รายคิดเป็นร้อยละ 97.33 ชนิดกระป๋องมีผู้ใช้เพียง 4 รายคิดเป็นร้อยละ 2.67



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 แสดงถึงระดับความคิดเห็นที่ดีต่อทั้งบรรณารักษ์แต่ละกลุ่มอาชีพ

อาชีพ	ดี		พอใช้		ไม่ค่อยดี		ไม่ดี		รวม	ระดับการรักษาทามเกณฑ์					รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก	
	ดีมาก	ดี	ดีมาก	พอใช้	ดีมาก	พอใช้	ดีมาก	พอใช้		ดีมาก	พอใช้	ไม่คอยดี	ไม่พอใช้	ไม่คอยดี			ไม่พอใช้
	x 5	x 4	x 3	x 2	x 1	x 5	x 4	x 3		x 2	x 1	x 5	x 4	x 3			x 2
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	-	3	6	1	1	(27.27%) (54.55%) (9.09%) (9.09%) (100%)	-	12	18	2	1	33	3	3			
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	1	5	8	5	2	(4.76%) (23.81%) (38.1%) (23.81%) (9.52%) (100%)	5	20	24	10	2	61	6	2	2.9		
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	-	10	46	17	3	(13.16%) (60.53%) (22.37%) (3.95%) (100%)	-	40	138	34	3	215	28	3	2.83		
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัท- เอกชน	-	7	16	3	2	(25%) (57.14%) (10.71%) (7.14%) (100%)	-	28	48	6	2	84	8	3			
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	-	2	10	2	-	(14.29%) (71.43%) (14.29%) (100%)	-	8	30	4	-	42	4	3			
รวม	1	27	86	28	8	(0.67%) (18%) (57.33%) (18.67%) (5.33%) (100%)	5	108	258	56	8	435	56	8	2.9		



จากตารางที่ 36 แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุในแต่ละอาชีพของผู้บริโภค

คะแนน

ดีมาก = 5	ดี = 4	พอใช้ = 3
ไม่ค่อยดี = 2	ไม่ดี = 1	

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 11 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับพอใช้จำนวน 6 ตัวอย่าง หรือ 54.55% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าจะอยู่ในระดับดีจำนวน 3 ตัวอย่าง หรือ 27.27% และเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าจะอยู่ในระดับไม่ค่อยดีและระดับไม่ตัวอย่างละ 1 ตัวอย่างหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มแม่บ้านมีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว 21 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับพอใช้ จำนวน 8 ตัวอย่างหรือ 38.1% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าจะอยู่ในระดับไม่ค่อยดีและระดับดีอย่างละจำนวน 5 ตัวอย่างหรือ 23.81% เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าจะอยู่ในระดับที่ไม่ดีจำนวน 2 ตัวอย่างหรือ 9.52% และเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าจะอยู่ในระดับที่ดีมากจำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 4.76% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.9 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 76 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับพอใช้จำนวน 46 ตัวอย่างหรือ 60.53% มากที่สุดรองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าจะอยู่ในระดับไม่ค่อยดีจำนวน 17 ตัวอย่างหรือ 22.37% เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าจะอยู่ในระดับที่ดีจำนวน 10 ตัวอย่างหรือ 13.16% และเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าจะอยู่ในระดับที่ไม่ดีจำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 3.95% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.83 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 28 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับพอใช้จำนวน 16 ตัวอย่างหรือ 57.14% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าจะอยู่ใน

ในระดับดีจำนวน 7 ตัวอย่างหรือ 25% เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ายู่ในระดับไม่ค้อยดี 3 ตัวอย่างหรือ 10.71% และเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ายู่ในระดับไม่ดีจำนวน 2 ตัวอย่างหรือ 7.14% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3 สรุปลได้ว่าผู้บริโภคนในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อถุงที่บรรจุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ที่จําแนกจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ 14

ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อถุงที่บรรจุอยู่ในระดับพอใช้ จำนวน 10 ตัวอย่างหรือ 71.43% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีและระดับไม่ค้อยดีอย่างละ 2 ตัวอย่างหรือ 14.29% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3 สรุปลได้ว่าผู้บริโภคนในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อถุงที่บรรจุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ราย ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีมาก 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.67 ในระดับดี 27 รายคิดเป็นร้อยละ 18 ในระดับพอใช้ 86 รายคิดเป็นร้อยละ 57.33 ในระดับไม่ค้อยดี 28 รายคิดเป็นร้อยละ 18.67 ในระดับไม่ดี 8 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 5.33 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคนในกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อถุงที่บรรจุว่าจะป้องกันการนํ้าเสียได้ในระดับพอใช้

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 แสดงถึงระดับความคิดเห็นที่มีต่อจุดจบธุรกิจในแต่ละระดับการศึกษา

anh ( )	ระดับการศึกษา						รวม	ระดับการรักษาตามเกณฑ์					รวม	เฉลี่ยน้ำหนัก
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ไม่ค่อยดี	ไม่ดี	รวม		ดีมาก x5	ดี x4	พอใช้ x3	ไม่ค่อยดี x2	ไม่ดี x1		
ระดับประถมศึกษา	-	(9.09%) 1	(81.82%) 9	(9.09%) 1	-	(100%) 11	-	4	27	2	-	33	3	
ระดับประถมศึกษา	-	(25.64%) 10	(56.41%) 22	(15.38%) 6	(2.56%) 1	(100%) 39	-	40	66	12	1	119	3.05	
ระดับมัธยมศึกษา	(3.03%) 1	(24.24%) 8	(57.58%) 19	(6.06%) 2	(9.09%) 3	(100%) 33	5	32	57	4	3	101	3.06	
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	-	(14.29%) 8	(53.57%) 30	(26.79%) 15	(5.36%) 3	(100%) 56	-	32	90	30	3	155	2.77	
ระดับปริญญาตรี	-	-	(54.55%) 6	(36.36%) 4	(9.09%) 1	(100%) 11	-	-	18	8	1	27	2.45	
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	(0.67%) 1	(18%) 27	(57.33%) 86	(18.67%) 28	(5.33%) 8	(100%) 150	5	108	258	56	8	435	2.9	
รวม														

จากตารางที่ 37 แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุในแต่ละระดับการศึกษาของ  
ผู้บริโภค

คะแนน

ดีมาก = 5                      ดี = 4                      พอใช้ = 3  
ไม่ค่อยดี = 2                      ไม่มี = 1

จากตัวอย่างระดับประถมศึกษา วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่างในระดับประถมศึกษา 11 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับพอใช้จำนวน 9 ตัวอย่าง หรือ 81.22% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีและระดับไม่ค่อยดี อย่างละ 1 ตัวอย่างหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในระดับประถมศึกษา มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

จากตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา 39 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับพอใช้จำนวน 22 ตัวอย่าง หรือ 56.41% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี 10 ตัวอย่างหรือ 25.64% เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่ค่อยดีจำนวน 6 ตัวอย่างหรือ 15.38% และเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่มีจำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 2.56% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 3.05 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

จากตัวอย่างระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่างในระดับอนุ ปริญาหรือเทียบเท่า 33 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับ พอใช้ 19 ตัวอย่างหรือ 57.58% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี จำนวน 8 ตัวอย่างหรือ 24.24% เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่มีจำนวน 3 ตัวอย่าง หรือ 9.09% เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่ค่อยดีจำนวน 2 ตัวอย่างหรือ 6.06% และเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากจำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 3.03% เฉลี่ยน้ำหนัก ได้ 3.06 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่ามีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุโดยเฉลี่ย อยู่ในระดับพอใช้

จากตัวอย่างระดับปริญาตรี วิเคราะห์จากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญาตรี 56 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับพอใช้จำนวน 30 ตัวอย่าง หรือ 53.57% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่ค่อยดีจำนวน 15

ตัวอย่างหรือ 26.79% เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีจำนวน 8 ตัวอย่างหรือ 14.29% และเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ไม่ดีจำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 5.36% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.77 สรุปได้ว่าผู้บริโภครู้สึกอยู่ในระดับการศึกษาปริญญามีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะพอใจ

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทิศทางจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป 11 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับพอใจจำนวน 6 ตัวอย่างหรือ 54.55% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ไม่ค่อยดีจำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 36.36% และเป็นตัวอย่างที่มีความเห็นว่าอยู่ในระดับไม่ดีจำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.45 สรุปได้ว่าผู้บริโภครู้สึกในระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่างผู้บริโภครู้สึกมีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุอยู่ในระดับดีมาก 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.67 ในระดับดี 27 รายคิดเป็นร้อยละ 18 ในระดับพอใจ 86 รายคิดเป็นร้อยละ 57.33 ในระดับไม่ค่อยดี 28 รายคิดเป็นร้อยละ 18.67 ในระดับไม่ดี 8 รายคิดเป็นร้อยละ 5.33 จากการเปรียบเทียบแต่ละระดับการศึกษาของผู้บริโภคจะ เห็นได้ว่าผู้บริโภครู้สึกว่ามีความคิดเห็นต่อจุดที่บรรจุว่าจะป้องกันการนำเข้าเสียอยู่ในระดับที่ค่อนข้างจะพอใจเท่านั้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 แสดงถึงระดับความชอบกับข้อสรุป (ทง) ในแต่ละอาชีพ

อาชีพ	ระดับความชอบ				รวม	ระดับความชอบตามเกณฑ์				รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก
	ชอบมาก x 4	ชอบ x 3	ไม่ชอบ x 2	ไม่ชอบ x 1		ชอบ x 3	ไม่ชอบ x 2	ไม่ชอบ x 1			
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	-	7 (63.64%)	2 (18.18%)	2 (18.18%)	11 (100%)	21	4	2	27	2.45	
กลุ่มอาชีพทำงาน ส่วนตัว	1 (4.76%)	10 (47.62%)	9 (42.86%)	1 (4.76%)	21 (100%)	30	18	1	53	2.52	
กลุ่มอาชีพรับราชการ	3 (3.95%)	41 (53.95%)	27 (35.53%)	5 (6.58%)	76 (100%)	123	54	5	194	2.55	
หรือรัฐสภากิจ	-	14 (50%)	13 (46.43%)	1 (3.57%)	28 (100%)	42	26	1	69	2.46	
กลุ่มอาชีพทำงาน บริษัทเอกชน	-	6 (42.86%)	7 (50%)	1 (7.14%)	14 (100%)	18	14	1	33	2.36	
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	4 (2.67%)	78 (52%)	58 (38.67%)	10 (6.67%)	150 (100%)	234	116	10	376	2.51	



จากตารางที่ 38 แสดงถึงระดับความชอบหีบห่อที่บรรจุ (ถุง) ในแต่ละอาชีพของ ผู้บริโภค  
คะแนนความชอบ

ชอบมาก = 4	ชอบ = 3
ไม่ค่อยชอบ = 2	ไม่ชอบ=1

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพแม่บ้าน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 11  
ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบต่อนักะกิบบรรจุถุงอยู่ในระดับที่ชอบจำนวน 7 ตัวอย่าง  
หรือ 63.64% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับไม่ค่อยชอบและไม่ชอบอย่าง  
ละ 2 ตัวอย่างหรือ 18.18% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.45 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพแม่บ้านมีความ  
ชอบต่อนักะกิบบรรจุถุงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงาน  
ส่วนตัวจำนวน 21 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบต่อนักะกิบบรรจุถุงอยู่ในระดับชอบ  
จำนวน 10 ตัวอย่างหรือ 47.62% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับไม่ค่อย  
ชอบจำนวน 9 ตัวอย่างหรือ 42.86% และเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับชอบมากและระดับ  
ไม่ชอบอย่างละจำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 4.76% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.52 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่ม  
อาชีพทำงานส่วนตัวมีความชอบต่อนักะกิบบรรจุถุงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างชอบ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่ม  
อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 76 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบต่อนักะกิบบรรจุ  
ถุงอยู่ในระดับชอบจำนวน 41 ตัวอย่างหรือ 53.95% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความชอบ  
อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบจำนวน 27 ตัวอย่างหรือ 35.53% เป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับ  
ไม่ชอบจำนวน 5 ตัวอย่างหรือ 6.58% และเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับชอบมากจำนวน  
3 ตัวอย่างหรือ 3.95% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.55 สรุปได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือ  
รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นต่อนักะกิบบรรจุถุงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะชอบ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพ  
ทำงานบริษัทเอกชน 28 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบต่อนักะกิบบรรจุถุงอยู่ใน  
ระดับชอบจำนวน 14 ตัวอย่างหรือ 50% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับ  
ไม่ค่อยชอบจำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 46.43% และเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับไม่ชอบ

จำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 3.57% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.46 สรุปลได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพทำงาน  
บริษัทเอกชนมีความชอบต่อน้ำกะทิบรรจุถุงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ

จากตัวอย่างกลุ่มอาชีพอื่น ๆ พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ 14  
ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบน้ำกะทิบรรจุถุงอยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ จำนวน 7  
ตัวอย่างหรือ 50% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับชอบจำนวน 6 ตัวอย่าง  
หรือ 42.86% และเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับไม่ชอบจำนวน 1 ตัวอย่างหรือ 7.14%  
เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.36 สรุปลได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีความชอบต่อน้ำกะทิบรรจุถุงโดยเฉลี่ย  
อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ

จากตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง พิจารณาถึงระดับความชอบต่อน้ำกะทิบรรจุถุงได้ใน  
ระดับชอบมาก จำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 2.67% ระดับชอบจำนวน 78 ตัวอย่างหรือ 52% ไม่ค่อย  
ชอบจำนวน 58 ตัวอย่างหรือ 38.67% ระดับไม่ชอบจำนวน 10 ตัวอย่างหรือ 6.67% และจาก  
การเปรียบเทียบในแต่ละอาชีพจะเห็นว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจจะชอบมากกว่า  
อาชีพอื่น ๆ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 39 แสดงถึงระดับความชอบทั้งหมดที่บรรจุในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ระดับความชอบ				รวม	ระดับความชอบตามเกณฑ์				รวม	เฉลี่ย น้ำหนัก
	ชอบ		ไม่ชอบ			ชอบ x 3	ไม่ค่อยชอบ x 2	ไม่ชอบ x 1	รวม		
	ชอบมาก x 4	ชอบ x 3	ไม่ค่อยชอบ x 2	ไม่ชอบ x 1							
ระดับประถมศึกษา	(9.09%) 1	(45.45%) 5	(36.36%) 4	(9.09%) 1	(100%) 11	15	8	1	28	2.55	
ระดับมัธยมศึกษา	(2.56%) 1	(58.97%) 23	(30.77%) 12	(7.69%) 3	(100%) 39	69	24	3	100	2.56	
ระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่า	(3.03%) 1	(51.52%) 17	(39.39%) 13	(6.06%) 2	(100%) 33	51	26	2	83	2.52	
ระดับปริญญาตรี	-	(53.57%) 30	(41.07%) 23	(5.36%) 3	(100%) 56	90	46	3	139	2.48	
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	(9.09%) 1	(27.27%) 3	(54.55%) 6	(9.09%) 1	(100%) 11	9	12	1	26	2.36	
รวม	(2.67%) 4	(52%) 78	(38.67%) 58	(6.67%) 10	(100%) 150	234	116	10	376	2.51	

จากตารางที่ 39 แสดงถึงระดับความชอบหนีบทะกิบรรลุในแต่ละระดับการศึกษาของ  
ผู้บริโภคร

คะแนนความชอบ

ชอบมาก = 4	ชอบ = 3
ไม่ค่อยชอบ = 2	ไม่ชอบ = 1

จากตัวอย่างระดับประถมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับประถมศึกษา  
11 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบหนีบทะกิบรรลุอยู่ในระดับชอบจำนวน 5 ตัวอย่าง  
หรือ 45.45% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบจำนวน 4 ตัวอย่างหรือ  
36.36% เป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับชอบมากและไม่ชอบจำนวนอย่างละ 1 ตัวอย่างหรือ  
9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.55 สรุปได้ว่าผู้บริโภครในระดับการศึกษาประถมศึกษามีความชอบ  
หนีบทะกิบรรลุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะชอบ

จากตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา 39  
ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบหนีบทะกิบรรลุอยู่ในระดับชอบจำนวน 23 ตัวอย่าง  
หรือ 58.97% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ค่อยชอบจำนวน 12 ตัวอย่างหรือ  
30.77% เป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับไม่ชอบจำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 7.69% และเป็น  
ตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับที่ชอบมากจำนวน 1 ตัวอย่าง 2.56% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.56  
สรุปได้ว่าผู้บริโภครในระดับการศึกษามัธยมศึกษามีความชอบต่อหนีบทะกิบรรลุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับ  
ค่อนข้างจะชอบ

จากตัวอย่างระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับ  
อนุปริญาหรือเทียบเท่า 33 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบหนีบทะกิบรรลุอยู่ใน  
ระดับชอบจำนวน 17 ตัวอย่างหรือ 51.52% มากที่สุดรองลงไปเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระ  
ดับไม่ค่อยชอบจำนวน 13 ตัวอย่างหรือ 39.39% เป็นตัวอย่างที่อยู่ในระดับไม่ชอบจำนวน 2  
ตัวอย่างหรือ 6.06% และเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับชอบมากจำนวน 1 ตัวอย่างหรือ  
3.03% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.52 สรุปได้ว่าผู้บริโภครในระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่ามีความ  
ชอบต่อหนีบทะกิบรรลุโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างจะชอบ

จากตัวอย่างระดับปริญาตรี พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญาตรี 56  
ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบต่อหนีบทะกิบรรลุอยู่ในระดับชอบ จำนวน 30 ตัวอย่าง

หรือ 53.57% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างไม่มีความชอบอยู่ในระดับไม่ค่อยชอบจำนวน 23 ตัวอย่างหรือ 41.07% และเป็นตัวอย่างเป็นอยู่ในระดับไม่ชอบจำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 5.36% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.48 สรุปได้ว่าผู้บริโภครู้สึกที่อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความชอบต่อน้ำกะทิบรรจุถุงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ

จากตัวอย่างระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป 11 ตัวอย่าง (100%) เป็นตัวอย่างที่มีความชอบต่อน้ำกะทิบรรจุถุงอยู่ในระดับไม่ค่อยชอบจำนวน 6 ตัวอย่างหรือ 54.55% มากที่สุด รองลงไปเป็นตัวอย่างไม่อยู่ในระดับชอบจำนวน 3 ตัวอย่างหรือ 27.27% และเป็นตัวอย่างที่มีความชอบอยู่ในระดับชอบมากและไม่ชอบอย่างละ 1 ตัวอย่างหรือ 9.09% เฉลี่ยน้ำหนักได้ 2.36 สรุปได้ว่าผู้บริโภครู้สึกที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีความชอบต่อน้ำกะทิบรรจุถุงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่ค่อยชอบ

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง พิจารณาถึงระดับความชอบที่มีต่อน้ำกะทิบรรจุถุงได้ในระดับชอบจำนวน 4 ตัวอย่างหรือ 2.67% ระดับชอบจำนวน 78 ตัวอย่างหรือ 52% ระดับไม่ค่อยชอบจำนวน 58 ตัวอย่างหรือ 38.67% และระดับไม่ชอบจำนวน 10 ตัวอย่างหรือ 6.67% และจากการเปรียบเทียบแต่ละระดับการศึกษาของผู้บริโภค จะเห็นได้ว่าผู้บริโภครู้สึกที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาจะชอบมากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 แสดงถึงการเคยพบหรือไม่เคยพบการบุตเสียบของน้ํากะทิในขณะเปิด  
หีบห่อแยกตามอาชีพ

อาชีพ	การน้ําเสียบ		ไม่เคย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	-	-	11	100	11	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	3	14.29	18	85.71	21	100.00
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	10	13.16	66	86.84	76	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัท เอกชน	4	14.29	24	85.71	28	100.00
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	2	14.29	12	85.71	14	100.00
รวม	19	12.67	131	87.33	150	100.00

จากตารางที่ 40 แสดงถึงการเคยพบหรือไม่เคยพบการบุตเสียบของน้ํากะทิในแต่ละ  
อาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง พิจารณาได้ว่าไม่เคยพบการบุตเสียบ  
ของน้ํากะทิในขณะเปิดหีบห่อทั้ง 11 ตัวอย่าง

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่าง 21 ตัวอย่าง มีผู้เคยประสบการบุตเสียบ  
ของน้ํากะทิ 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.29 ไม่เคยพบกับการบุตเสียบ 18 ตัวอย่าง คิดเป็น  
ร้อยละ 85.71

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่าง 76 ตัวอย่างมีผู้เคยพบกับ  
การบุตเสียบของน้ํากะทิ 10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.16 ไม่เคยพบกับการบุตเสียบ 66 ตัวอย่าง  
คิดเป็นร้อยละ 86.84

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่าง 28 ตัวอย่าง มีผู้เคยพบกับการบุต  
เสียบของน้ํากะทิ 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.29 ไม่เคยพบกับการบุตเสียบของน้ํากะทิ 24  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 85.71

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่าง 14 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยพบกับการบุตเสียบ 2  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.29 ไม่เคยพบกับการบุตเสียบของน้ำกะทิ 12 ตัวอย่างหรือร้อยละ 85.71

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ราย ผู้บริโภคเคยพบการบุตเสียบของน้ำกะทิ 19  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.67 ไม่เคยพบการบุตเสียบ 131 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 87.33



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 41 แสดงถึงการเคยพบหรือไม่เคยพบการบาดเจ็บของนักกีฬาในขณะที่เปิด  
หีบห่อแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	เคย		ไม่เคย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	2	18.18	9	81.82	11	100.00
ระดับมัธยมศึกษา	3	7.69	36	92.31	39	100.00
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3	9.09	30	90.91	33	100.00
ระดับปริญญาตรี	7	12.5	49	87.5	56	100.00
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	4	36.36	7	63.64	11	100.00
รวม	19	12.67	131	87.33	150	100.00

จากตารางที่ 41 แสดงถึงการเคยพบหรือไม่เคยพบการบาดเจ็บของนักกีฬาใน  
แต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยพบกับการบาดเจ็บของ  
นักกีฬา 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.18 ไม่เคยพบกับการบาดเจ็บของนักกีฬา 9 ตัวอย่างคิด  
เป็นร้อยละ 81.82

ระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 39 ตัวอย่างมีผู้เคยพบการบาดเจ็บของนัก  
กีฬา 3 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 7.69 ไม่เคยพบกับการบาดเจ็บของนักกีฬา 36 ตัวอย่างคิดเป็น  
ร้อยละ 92.31

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 33 ตัวอย่าง เคยพบกับการบาดเจ็บของ  
นักกีฬา 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.09 ไม่เคยพบกับการบาดเจ็บของนักกีฬา 30 ตัวอย่าง คิด  
เป็นร้อยละ 90.91

ระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่าง 56 ตัวอย่าง เคยพบกับการบาดเจ็บของ  
นักกีฬา 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.5 ไม่เคยพบกับการบาดเจ็บของนักกีฬา 49 ตัวอย่าง  
คิดเป็นร้อยละ 87.5

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง เคยพบกับการบุตเสียบของน้ำ  
กะทิ 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 36.36 ไม่เคยพบกับการบุตเสียบของน้ำกะทิ 7 ตัวอย่าง คิดเป็น  
ร้อยละ 63.64

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง มีตัวอย่างที่เคยพบกับการบุตเสียบของ  
น้ำกะทิ 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.67 ไม่เคยพบกับการบุตเสียบของน้ำกะทิ 131 ราย คิดเป็น  
ร้อยละ 87.33



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42 แสดงถึงสถานที่ ๆ ครัวจะมีน้ำสะอาดใช้ ครัวอุปโภคภายในแยกตามอาชีพ

สถานที่	บ้านเช่า		ตลาดสด		ห้างสรรพสินค้า		ร้านสหกรณ์		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	7	25	9	32.14	4	14.29	8	28.57	-	-	28	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	11	19.3	17	29.82	13	22.81	16	28.07	-	-	57	100.00
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	50	29.24	41	23.98	32	18.71	47	27.49	1	0.58	171	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	12	17.65	20	29.41	14	20.59	20	29.41	2	2.94	68	100.00
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	9	31.03	5	17.24	5	17.24	10	34.48	-	-	29	100.00
รวม	89	25.21	92	26.06	68	19.26	101	28.61	3	0.85	353	100.00



หมายเหตุ อื่น ๆ หมายถึง ร้านอาหารและร้านขายเครื่องดื่มที่มีตู้แช่เย็น  
จากตารางที่ 42 แสดงถึงสถานที่ ๆ เหมาะสมและสมควรที่จะมีน้ำกะทิลำเร็จรูป  
จำหน่าย

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน ในจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ได้คำตอบทั้งสิ้น 28 คำตอบที่คิด  
ว่าควรจะมีน้ำกะทิลำสำเร็จรูปจำหน่ายที่ร้านชำ 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25 ตลาดสด 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ  
32.14 ห้างสรรพสินค้า 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.29 ร้านสหกรณ์ 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ  
28.57

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว ในจำนวนตัวอย่าง 21 ตัวอย่าง ได้คำตอบทั้งสิ้น 57 คำตอบ  
ที่คิดว่าควรจะมีน้ำกะทิลำสำเร็จรูปจำหน่ายที่ร้านชำ 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19.3 ตลาดสด 17 ตัวอย่าง คิดเป็น  
ร้อยละ 29.82 ห้างสรรพสินค้า 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22.81 ร้านสหกรณ์ 16 ตัวอย่าง  
คิดเป็นร้อยละ 28.07

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ในจำนวนตัวอย่าง 76 ตัวอย่าง ได้คำตอบทั้งสิ้น  
171 คำตอบที่คิดว่าควรจะมีน้ำกะทิลำสำเร็จรูปจำหน่ายในร้านชำ 50 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.24 ตลาดสด 41  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.98 ห้างสรรพสินค้า 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.71 ร้านสหกรณ์  
47 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 27.49

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน ในจำนวนตัวอย่าง 28 ตัวอย่าง ได้คำตอบทั้งสิ้น 68  
คำตอบ คิดว่าควรจะมีน้ำกะทิลำสำเร็จรูปจำหน่ายในร้านชำ 12 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.65  
ตลาดสด 20 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.41 ห้างสรรพสินค้า 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.59  
ร้านสหกรณ์ 20 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.41

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ ในจำนวนตัวอย่าง 14 ตัวอย่าง ได้คำตอบทั้งสิ้น 29 คำตอบ  
คิดว่าควรจะมีน้ำกะทิลำสำเร็จรูปจำหน่ายที่ร้านชำ 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 31.03 ตลาดสด 5  
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.24 ห้างสรรพสินค้า 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.24 ร้านสหกรณ์  
10 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.48

ผลรวมจากตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิลำสำเร็จรูปทั้งหมด 353 คำตอบ เป็นตัวอย่างที่ให้  
ความเห็นว่าร้านชำเหมาะสม 89 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.21 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็น  
ว่าตลาดสดเหมาะสม 92 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.06 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่าห้าง  
สรรพสินค้า (ซูเปอร์มาร์เก็ต) เหมาะสม 68 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19.26 เป็นตัวอย่างที่

ให้ความเห็นว่าร้านสหกรณ์เหมาะสม 101 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28861 และตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่าร้านอาหารหรือร้านเครื่องดื่มที่มีตู้แช่เหมาะสม 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.85



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 43 แสดงถึงสถานที่ ๆ ควรจะมีนิเทศะที่สภาวิจัยจำนวนแยกตามระดับการศึกษา

สถานที่	บ้านเช่า		ตลาดสด		สรรพสินค้า		ร้านสหกรณ์		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับการศึกษา												
ระดับประถมศึกษา	6	25	10	41.67	5	20.83	3	12.5	-	-	24	100.00
ระดับมัธยมศึกษา	21	24.71	24	28.24	13	15.29	27	31.76	-	-	85	100.00
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	18	24.66	17	23.29	15	20.55	23	31.51	-	-	73	100.00
ระดับปริญญาตรี	37	25.87	36	25.17	28	19.58	39	27.27	3	2.1	143	100.00
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	7	25	5	17.86	7	25	9	32.14	-	-	28	100.00
รวม	89	25.21	92	26.06	68	19.26	101	28.61	3	0.85	353	100.00

จากตารางที่ 43 แสดงถึงสถานที่ ๆ เหมาะสมและสมควรที่จะมีน้ำกะทิสำเร็จรูป  
จำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ระดับประถมศึกษา ในจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ให้คำตอบทั้งสิ้น 24 คำตอบที่คิด  
ว่าควรจะจำหน่ายที่ร้านชำ 6 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 25 ควรจำหน่ายที่ตลาดสด 10 ตัวอย่าง  
คิดเป็นร้อยละ 41.67 ควรจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า 5 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 20.83 ควร  
จำหน่ายที่ร้านสหกรณ์ 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.5

ระดับมัธยมศึกษา ในจำนวนตัวอย่าง 39 ตัวอย่าง ได้คำตอบทั้งสิ้น 85 คำตอบที่  
คิดว่าควรจะจำหน่ายที่ร้านชำ 21 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 24.71 ควรจำหน่ายที่ตลาดสด 24  
ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 28.24 ควรจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า 13 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 15.29  
ควรจำหน่ายที่ร้านสหกรณ์ 27 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 31.76

ระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า ในจำนวนตัวอย่าง 33 ตัวอย่างได้คำตอบทั้งสิ้น 73  
คำตอบที่คิดว่าควรจะจำหน่ายที่ร้านชำ 18 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 24.66 ควรจำหน่ายที่ตลาดสด  
17 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 23.29 ห้างสรรพสินค้า 15 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 20.55 ควร  
จำหน่ายที่ร้านสหกรณ์ 23 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 31.51

ระดับปริญญาตรี ในจำนวนตัวอย่าง 56 ตัวอย่างได้คำตอบทั้งสิ้น 143 คำตอบที่คิดว่า  
ควรจะจำหน่ายในร้านชำ 37 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 25.87 ควรจำหน่ายที่ตลาดสด 36 ตัวอย่าง  
คิดเป็นร้อยละ 25.17 ควรจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า 28 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 19.58 ควร  
จำหน่ายที่ร้านสหกรณ์ 39 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 27.27 ควรจำหน่ายที่ร้านอาหารและร้านขาย  
เครื่องดื่มที่มีตู้แช่เย็น 3 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 2.1

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่างได้คำตอบทั้งสิ้น 28 คำตอบที่  
คิดว่าควรจะจำหน่ายในร้านชำ 7 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 25 ตลาดสด 5 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ  
17.86 ห้างสรรพสินค้า 7 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 25 ร้านสหกรณ์ 9 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 32.14

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง ได้คำตอบทั้งสิ้น 353 คำตอบที่คิดว่าน้ำกะทิสำ  
สำเร็จรูปควรจะจำหน่ายในร้านชำ 89 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 25.21 ควรจำหน่ายที่ตลาดสด  
92 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 26.06 ควรจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า 68 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ  
19.26 ควรจำหน่ายที่ร้านสหกรณ์ 101 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 28.61 ควรจำหน่ายที่สถานที่  
อื่น ๆ (ร้านอาหารและร้านขายเครื่องดื่มที่มีตู้แช่เย็น) 3 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.85

ตารางที่ 44 แสดงถึงสถานที่ที่ผู้บริโภครอซื้อน้ำกระป๋องสำเร็จรูปไปย่อยแยกตามอาชีพ

สถานที่ อาชีพ	ร้านค้า		ตลาดสด		ห้างสรรพสินค้า		ร้านสหกรณ์		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	2	18.18	7	63.64	1	9.09	1	9.09	11	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	3	14.29	7	33.33	5	23.81	6	28.57	21	100.00
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	22	28.95	25	32.89	14	18.42	15	19.74	76	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	2	7.14	11	39.29	7	25	8	28.57	28	100.00
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	6	42.86	5	35.17	1	7.14	2	14.29	14	100.00
รวม	35	23.33	55	36.67	28	18.67	32	21.33	150	100.00

จากตารางที่ 44 แสดงถึงสถานที่ผู้ซื้อน้ำทะเลสำเร็จรูปมาใช้บ่อยแยกตามอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 11 ตัวอย่างพิจารณาถึงสถานที่ที่ผู้ซื้อน้ำทะเลสำเร็จรูปมาใช้ได้ว่า ตลาดสดเป็นสถานที่ที่กลุ่มอาชีพแม่บ้านซื้อมาใช้บ่อยที่สุด 7 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 63.64 ร้านชำเป็นสถานที่ที่ซื้อใช้รองลงมา 2 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 18.18 ห้างสรรพสินค้าและร้านสหกรณ์เป็นสถานที่ที่ซื้อใช้ในกลุ่มอาชีพแม่บ้านไม่บ่อยนัก 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 9.09

กลุ่มอาชีพพนักงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่าง 21 ตัวอย่างพิจารณาได้ว่า ตลาดสดเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อมาใช้บ่อยที่สุด 7 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 33.33 ร้านสหกรณ์ 6 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 28.57 ห้างสรรพสินค้า 5 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 23.81 ร้านชำ 3 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 14.29

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่าง 76 ตัวอย่างพิจารณาได้ว่า ตลาดสดเป็นสถานที่ที่มีการซื้อมาใช้บ่อยที่สุด 25 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 32.89 ร้านชำ 22 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 28.95 ร้านสหกรณ์ 15 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 19.74 ห้างสรรพสินค้า 14 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 18.42

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่าง 28 ตัวอย่างพิจารณาได้ตลาดสดเป็นสถานที่ที่มีการซื้อมาใช้บ่อยที่สุด 11 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 39.39 ร้านสหกรณ์ 8 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 28.57 ห้างสรรพสินค้า 7 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 25 ร้านชำ 2 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 7.14

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่าง 14 ตัวอย่าง พิจารณาได้ว่าร้านชำเป็นสถานที่ที่มีการซื้อใช้บ่อยที่สุด 6 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 42.86 ตลาดสด 5 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 35.71 ร้านสหกรณ์ 2 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 14.29 ห้างสรรพสินค้า 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 7.14

จากผู้บริโภคทั้งหมด 150 ตัวอย่าง เป็นตัวอย่างที่ซื้อจากร้านชำ 35 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 23.33 เป็นตัวอย่างที่ซื้อจากตลาดสด 55 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 36.67 เป็นตัวอย่างที่ซื้อจากห้างสรรพสินค้า 28 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 18.67 เป็นตัวอย่างที่ซื้อจากร้านสหกรณ์ 32 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 21.33 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อน้ำทะเลสำเร็จรูปจากตลาดสด

ตารางที่ 44 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพของผู้บริโภคกับสถานที่จำหน่าย

อาชีพ	ร้านค้า	ตลาดสด	ห้างสรรพสินค้า	ร้านสหกรณ์	รวม
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	2 (2.57)	7 ( 4.03)	1 ( 2.05)	1 ( 2.35)	11
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	3 ( 4.9)	7 ( 7.7)	5 ( 3.92)	6 ( 4.48)	21
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	22 (17.73)	25 (27.87)	14 (14.19)	15 (16.21)	76
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	2 ( 6.53)	11 (10.27)	7 ( 5.23)	8 ( 5.97)	28
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	6 ( 3.27)	5 ( 5.13)	1 ( 2.61)	2 ( 2.99)	14
รวม	35	55	28	32	150

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$\chi^2_c = 14.76 \quad \chi^2_{(0.05)(12)} = 21.03$$

เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ว่า "กลุ่มอาชีพของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับสถานที่จำหน่าย" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 44 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "กลุ่มอาชีพของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับสถานที่จำหน่าย"

จากข้อสมมติฐาน (H<sub>0</sub>) ที่ตั้งไว้ในการศึกษาเรื่องนี้ที่ว่า "กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมักจะซื้อน้ำกะทิสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้า" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 44 เราพอสรุปได้ว่า ข้อสมมติฐานนั้นไม่เป็นจริง ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคจะซื้อจากตลาดสดมากที่สุด

ตารางที่ 45 แสดงถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคมองว่าเหมาะสมที่สุดในการใช้เพื่อแยกตามระดับการศึกษา

สถานที่	ร้านอาหาร		ตลาดสด		ห้างสรรพสินค้า		ร้านสหกรณ์		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	2	18.18	6	54.55	1	9.09	2	18.18	11	100.00
ระดับประถมศึกษา	11	28.21	17	43.59	4	10.26	7	17.95	39	100.00
ระดับอนุบาลหรือเทียบเท่า	7	21.21	7	21.21	10	30.30	9	27.27	33	100.00
ระดับปริญญาตรี	11	19.64	22	39.29	10	17.86	13	23.21	56	100.00
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	4	36.36	3	27.27	3	27.27	1	9.09	11	100.00
รวม	35	23.33	55	36.67	28	18.67	32	21.33	150	100.00



จากตารางที่ 45 แสดงถึงสถานที่ที่ผู้ซื้อ ซื้อน้ำกะทิสำเร็จรูปมาใช้บ่อยแยกตามระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ทิการณาได้ว่า ตลาดสดเป็นสถานที่ที่มีการซื้อมาใช้บ่อยที่สุด 66 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 54.55 ร้านชำและร้านสหกรณ์อย่างละ 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.18 ห้างสรรพสินค้า 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 9.09

ระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง 39 ตัวอย่างทิจการณาได้ว่า ตลาดสดเป็นสถานที่ที่มีการซื้อมาใช้บ่อยที่สุด 17 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 43.59 ร้านชำ 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.21 ร้านสหกรณ์ 7 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 17.95 ห้างสรรพสินค้า 4 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 10.26

ระดับอนุปริณษาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 33 ตัวอย่างทิจการณาได้ว่าห้างสรรพสินค้าเป็นสถานที่ที่มีการซื้อบ่อยที่สุด 10 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 30.30 ร้านสหกรณ์ 9 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 27.27 ตลาดสดและร้านชำ 7 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 21.21

ระดับปริณษาตรี จากจำนวนตัวอย่าง 56 ตัวอย่าง ทิจการณาได้ว่า ตลาดสดเป็นสถานที่ที่มีการซื้อมาใช้บ่อยที่สุด 22 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 39.29 ร้านสหกรณ์ 13 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 23.21 ร้านชำ 11 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 19.64 ห้างสรรพสินค้า 10 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 17.86

ระดับปริณษาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่าง 11 ตัวอย่าง ทิจการณาได้ว่าร้านชำเป็นสถานที่ที่มีการซื้อใช้บ่อยที่สุด 4 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 36.36 ตลาดสดและห้างสรรพสินค้าอย่างละ 3 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 27.27 ร้านสหกรณ์ 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 9.09

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง ทิจการณาได้ว่าผู้บริโภคจะมีการซื้อน้ำกะทิสำเร็จรูปในสถานที่ที่สะดวกและใกล้บ้านหรือที่ทำงานเช่นตลาดสดจำนวน 55 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 36.67 ร้านชำ 35 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 23.33 ร้านสหกรณ์ 32 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 21.33 ห้างสรรพสินค้า 28 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 18.67

ตารางที่ 45 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสถานที่ที่จำหน่าย

ระดับการศึกษา	ร้านชำ	ตลาดสด	ห้างสรรพสินค้า	ร้านสหกรณ์	รวม
ระดับประถมศึกษา	2 ( 2.57)	6 ( 4.03)	1 ( 2.05)	2 ( 2.35)	11
ระดับมัธยมศึกษา	11 ( 9.1)	17 (14.3)	4 ( 7.28)	7 ( 8.32)	39
ระดับอนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	7 ( 7.7)	7 (12.1)	10 ( 6.16)	9 ( 7.04)	33
ระดับปริญญาตรี	11 (13.07)	22 (20.53)	10 (10.45)	13 (11.95)	56
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	4 ( 2.57)	3 ( 4.03)	3 ( 2.05)	1 ( 2.35)	11
รวม	35	55	28	32	150

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$X^2_c = 12.26 \quad X^2_{(0.05)(12)} = 21.03$$

เพื่อต้องการทดสอบ สมมุติฐานที่ว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับสถานที่ที่จำหน่าย" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 45 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับสถานที่ที่จำหน่าย" จากข้อสมมุติฐาน (H<sub>0</sub>) ที่ตั้งไว้ในการศึกษาเรื่องนี้ ที่ว่า "กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมักจะซื้อน้ำกะทิสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้า" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 45 เราพอสรุปได้ว่าข้อสมมุติฐานนั้นไม่เป็นจริง ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคมักจะซื้อจากตลาดสดมากที่สุด

ตารางที่ 46 แสดงถึงประเภทอาหารที่ปรุงด้วยน้ำมันกะทิสำเร็จรูปแยกตามอาชีพ

ประเภท อาชีพ	แกง		ของหวาน		แกงและของหวาน		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	2	18.18	-	-	9	81.82	11	100.00
กลุ่มอาชีพมัธยมศึกษา	5	23.81	4	19.05	12	57.14	21	100.00
กลุ่มอาชีพประกอบการหรือรัฐวิสาหกิจ	29	38.16	7	9.21	40	52.63	76	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	5	17.86	2	7.14	21	75	28	100.00
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	5	35.71	2	14.29	7	50	14	100.00
<b>รวม</b>	<b>46</b>	<b>30.67</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>89</b>	<b>59.33</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 46 แสดงถึงประเภทอาหารที่เคยปรุงด้วยน้ำกะทิล้า เจริญรูปในแต่ละอาชีพ  
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ทั้งหมด 11 ราย ผู้บริโภค  
 เคยใช้น้ำกะทิล้า เจริญรูปปรุงอาหารประเภทแกง 2 รายหรือร้อยละ 18.18 เป็นตัวอย่างที่ปรุงทั้ง  
 ประเภทแกงและของหวาน 9 รายหรือร้อยละ 81.82

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว ทั้งหมด 21  
 ราย ผู้บริโภคเคยใช้น้ำกะทิล้า เจริญรูปปรุงอาหารประเภทแกง 5 รายหรือร้อยละ 23.81 เป็น  
 ตัวอย่างที่ปรุงเป็นของหวาน 4 รายหรือร้อยละ 19.05 เป็นตัวอย่างที่ปรุงทั้งประเภทแกงและ  
 ของหวาน 12 รายหรือร้อยละ 57.14

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 76 ราย ผู้บริโภค  
 เคยใช้น้ำกะทิล้า เจริญรูปปรุงอาหารประเภทแกง 29 รายหรือร้อยละ 38.16 เป็นตัวอย่างที่ปรุง  
 เป็นของหวาน 7 รายหรือร้อยละ 9.21 เป็นตัวอย่างที่ปรุงทั้งประเภทแกงและของหวาน 40  
 รายหรือร้อยละ 52.63

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 28 ราย ผู้บริโภคเคยใช้น้ำ  
 กะทิล้า เจริญรูปปรุงอาหารประเภทแกง 5 รายหรือร้อยละ 17.86 เป็นตัวอย่างที่ปรุงเป็นของหวาน  
 2 รายหรือร้อยละ 7.14 เป็นตัวอย่างที่ปรุงทั้งประเภทแกงและของหวาน 21 รายหรือร้อยละ 75

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมด 14 ราย ผู้บริโภคเคย  
 ใช้น้ำกะทิล้า เจริญรูปปรุงอาหารประเภทแกง 5 รายหรือร้อยละ 35.71 เป็นตัวอย่างที่ปรุงเป็น  
 ของหวาน 2 รายหรือร้อยละ 14.29 เป็นตัวอย่างที่ปรุงทั้งประเภทแกงและของหวาน 7 ราย  
 หรือร้อยละ 50

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ตัวอย่าง เป็นตัวอย่างที่เคยใช้ปรุงอาหารประ  
 เภทแกง 46 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 30.67 เป็นตัวอย่างที่ใช้ปรุงของหวาน 15 ตัวอย่างหรือ  
 ร้อยละ 10 เป็นตัวอย่างที่ใช้ปรุงทั้งแกงและของหวาน 89 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 59.33 ซึ่ง  
 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยใช้ปรุงทั้งแกงและของหวาน

ตารางที่ 47

แสดงถึงประเภทอาหารที่ปรุงด้วยน้ำทะเลตามระดับการศึกษา

ประเภท	แกง		ของหวาน		แกงและของหวาน		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับการศึกษา								
ระดับประถมศึกษา	5	45.45	1	9.09	5	45.45	11	100.00
ระดับมัธยมศึกษา	9	23.08	5	12.82	25	64.10	39	100.00
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	8	24.24	2	6.06	23	69.7	33	100.00
ระดับปริญญาตรี	23	41.07	6	10.71	27	48.21	56	100.00
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	1	9.09	1	9.09	9	81.82	11	100.00
รวม	46	30.67	15	10	89	59.33	150	100.00

จากตารางที่ 47 แสดงถึงประเภทอาหารที่ผู้บริโภคเคยปรุงด้วยน้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างในระดับประถมศึกษา 11 ราย ผู้บริโภคเคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง 5 รายหรือร้อยละ 45.45 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงของหวาน 1 ราย หรือร้อยละ 9.09 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงทั้งประเภทแกงและของหวาน 5 รายหรือร้อยละ 45.45

ระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา ทั้งหมด 39 รายเป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง 9 รายหรือร้อยละ 23.08 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงประเภทของหวาน 5 รายหรือร้อยละ 12.82 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงทั้งประเภทแกงและของหวาน 25 รายหรือร้อยละ 64.10

ระดับอนุปริญาโทหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่าง 33 รายเป็นผู้เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง 8 รายหรือร้อยละ 24.24 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงประเภทของหวาน 2 รายหรือร้อยละ 6.06 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงทั้งประเภทแกงและของหวาน 23 รายหรือร้อยละ 69.7

ระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่าง 56 ราย เป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง 23 รายหรือร้อยละ 41.07 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงประเภทของหวาน 6 รายหรือร้อยละ 10.71 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงทั้งประเภทแกงและของหวาน 27 รายหรือร้อยละ 48.21

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 11 รายเป็นผู้ที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง 1 รายหรือร้อยละ 9.09 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงประเภทของหวาน 1 รายหรือร้อยละ 9.09 เป็นตัวอย่างที่ใช่ปรุงทั้งประเภทแกงและของหวาน 9 รายหรือร้อยละ 81.82

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 150 ราย พิจารณาถึงลักษณะการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้ปรุงอาหารประเภทแกงและของหวาน 89 รายหรือร้อยละ 59.33 ใช้ปรุงแกง 46 รายหรือร้อยละ 30.67 ใช้ปรุงของหวาน 15 รายหรือร้อยละ 10

ตารางที่ 48 แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในด้านรสชาติของแกงแยกตามอาชีพ

อาชีพ	ผลการใช้		รสชาติไม่แตกต่าง		รสชาติแตกต่าง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	8	72.73	3	27.27	11	100.00		
กลุ่มอาชีพมัธยมศึกษา	10	58.82	7	41.18	17	100.00		
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	39	56.52	30	43.48	69	100.00		
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	16	61.54	10	38.46	26	100.00		
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	8	66.67	4	33.33	12	100.00		
รวม	81	60	54	40	135	100.00		

จากตารางที่ 48 แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกงในแต่ละอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้านจากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง 11 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 8 รายหรือร้อยละ 72.73 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างกัน 3 รายหรือร้อยละ 27.27

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในการปรุงอาหารประเภทแกง 17 ราย ให้ความเห็นถึงผลการใช้ในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 10 รายหรือร้อยละ 58.82 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 7 รายหรือร้อยละ 41.18

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง 69 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 39 รายหรือร้อยละ 56.52 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่า รสชาติ

แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 30 รายหรือร้อยละ 43.48

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิล้า เจริญปรุงอาหารประเภทแกง 26 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 16 รายหรือร้อยละ 61.54 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 10 รายหรือร้อยละ 38.46

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิล้า เจริญปรุงอาหารประเภทแกง 12 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 8 รายหรือร้อยละ 66.67 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 4 รายหรือร้อยละ 33.33

ผลจากการใช้น้ำกะทิล้า เจริญปรุงอาหารประเภทแกงของตัวอย่าง 135 ราย มีตัวอย่าง 81 รายหรือร้อยละ 60 ที่ลงความเห็น ว่ารสชาติของแกงไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสดและมีตัวอย่าง 54 รายหรือร้อยละ 40 ลงความเห็น ว่ารสชาติของแกงแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด

การทดสอบสมมติฐาน ( $H_0$ ) ที่ว่า "รสชาติของแกงที่ปรุงด้วยน้ำกะทิล้า เจริญปรุงกับมะพร้าวสดไม่แตกต่างกัน"

โดยการกำหนดให้ 80% ขึ้นไปในความเห็นของผู้บริโภค เกี่ยวกับรสชาติของแกงที่ปรุงด้วยน้ำกะทิล้า เจริญปรุงอยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างจากปรุงด้วยมะพร้าวสด

$$\begin{aligned} \text{นั่นคือ } H_0 &: P \geq .8 \\ H_a &: P < .8 \end{aligned}$$

อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 48 และการทดสอบสัดส่วนของ  $Z = \frac{\hat{P}-P}{\sqrt{\frac{P(1-P)}{n}}}$

$$Z = -6.67 \quad Z_{.95} = -1.64$$

เราพอสรุปได้ว่า รสชาติของแกงที่ได้จากน้ำกะทิล้า เจริญปรุงมีความแตกต่างจากรสชาติของแกงที่ปรุงจากมะพร้าวสด



ตารางที่ 48 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพกับรลยาศิของแกง

อาชีพ	รลยาศิไม่แตกต่าง	รลยาศิแตกต่าง	รวม
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	8 ( 6.6 )	3 ( 4.4 )	11
กลุ่มอาชีพทำงาน ส่วนตัว	10 (10.2)	7 (6.8)	17
กลุ่มอาชีพรับราย การหรือรัฐวิลา หกิจ	39 (41.4)	30 (27.6)	69
กลุ่มอาชีพทำงาน บริษัทเอกชน	16 (15.6)	10 (10.4)	26
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	8 ( 7.2 )	4 ( 4.8 )	12
รวม	81	54	135

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$X^2_c = 1.36 \quad X^2_{(0.05)(4)} = 9.49$$

เพื่อต้องการทดสอบสมมุติฐานที่ว่า "กลุ่มอาชีพของผู้บริโภคไม่มีส่วนสัมพันธ์กับรลยาศิของแกง" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 48 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "กลุ่มอาชีพไม่มีส่วนสัมพันธ์กับรลยาศิของแกง"

ตารางที่ 49 แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในด้านรสชาติของแกง  
แยกตามระดับการศึกษา

ผลการใช้ ระดับการศึกษา	รสชาติไม่แตกต่าง		รสชาติแตกต่าง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	8	80	2	20	10	100.00
ระดับมัธยมศึกษา	20	58.82	14	41.18	34	100.00
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	19	61.29	12	38.71	31	100.00
ระดับปริญญาตรี	29	58	21	42	50	100.00
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	5	50	5	50	10	100.00
รวม	81	60	54	40	135	100.00

จากตารางที่ 49 แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง  
ในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภท  
แกง 10 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่าไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าว  
สด 8 รายหรือร้อยละ 80 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติของแกงแตกต่างจากการปรุง  
ด้วยมะพร้าวสด 2 รายหรือร้อยละ 20

ระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภท  
แกง 34 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างจากปรุงด้วยมะพร้าวสด  
20 รายหรือร้อยละ 58.82 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าว  
สด 14 รายหรือร้อยละ 41.18

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหาร  
ประเภทแกง 31 ราย ให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างกันจากการปรุง  
ด้วยมะพร้าวสด 19 รายหรือร้อยละ 61.29 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการ  
ปรุงด้วยมะพร้าวสด 12 รายหรือร้อยละ 38.71

ระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง 50 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 29 รายหรือร้อยละ 58 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 21 รายหรือร้อยละ 42

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารประเภทแกง 10 รายให้ความเห็นในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 5 รายหรือร้อยละ 50 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 5 รายหรือร้อยละ 50

จากจำนวนตัวอย่าง 135 ตัวอย่าง เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นถึงผลจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในด้านรสชาติว่าไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 81 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 60 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติที่แตกต่างกัน 54 ตัวอย่างหรือร้อยละ 40

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 49 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับร้อยละของแกง

ระดับการศึกษา	ร้อยละไม่แตกต่าง	ร้อยละแตกต่าง	รวม
ระดับประถมศึกษา	8 (6)	2 (4)	10
ระดับมัธยมศึกษา	20 (20.4)	14 (13.6)	34
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	19 (18.6)	12 (12.4)	31
ระดับปริญญาตรี	29 (30)	21 (20)	50
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	5 (6)	5 (4)	10
รวม	81	54	135

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$\chi^2_c = 2.21 \quad \chi^2_{(0.05) (4)} = 9.49.$$

เพื่อต้องการทดสอบสมมติฐานว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับร้อยละของแกง" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 49 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "ระดับการศึกษาของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับร้อยละของแกง"

ตารางที่ 50 แสดงถึงผลจากการใช้น้ำทะเลที่สำเภาเรือรูปปั้นด้านรล่ชาติของของหวาน  
แยกตามอาชีพ

ผลการใช้ อาชีพ	รล่ชาติไม่แตกต่างกัน		รล่ชาติแตกต่างกัน		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	2	22.22	7	77.78	9	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	6	37.5	10	62.5	16	100.00
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	23	48.94	24	51.06	47	100.00
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัท เอกชน	10	43.48	13	56.52	23	100.00
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	6	66.67	3	33.33	9	100.00
รวม	47	45.19	57	54.81	104	100.00

จากตารางที่ 50 แสดงถึงผลจากการใช้น้ำทะเลที่สำเภาเรือรูปปั้นของหวานในแต่ละ

อาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำทะเลที่สำเภาเรือรูปปั้นของหวาน 9 รายให้  
ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรล่ชาติว่า ไม่แตกต่างกัน 2 รายหรือร้อยละ 22.22 เป็นตัว  
อย่างที่ทำให้ความเห็นว่ารล่ชาติของของหวานแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 7 รายหรือร้อยละ  
77.78

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำทะเลที่สำเภาเรือรูปปั้นของหวาน 16  
รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรล่ชาติว่าไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 6 รายหรือ  
ร้อยละ 37.5 เป็นตัวอย่างที่ทำให้ความเห็นว่ารล่ชาติแตกต่างจากการใช้ปรุงด้วยมะพร้าวสด 10 ราย  
หรือร้อยละ 62.5

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำทะเลที่สำเภาเรือรูปปั้น  
ของหวาน 47 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้น้ำทะเลที่สำเภาเรือรูปปั้นในด้านรล่ชาติว่า รล่ชาติไม่แตกต่าง  
จากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 23 รายหรือร้อยละ 48.94 เป็นตัวอย่างที่ทำให้ความเห็นว่ารล่ชาติแตกต่าง  
จากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 4 รายหรือร้อยละ 51.06

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงของหวาน 23 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในด้านรสชาติไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 10 รายหรือร้อยละ 43.48 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการใช้ปรุงด้วยมะพร้าวสด 13 รายหรือร้อยละ 56.52

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงของหวาน 9 ราย ผู้บริโภคให้ความเห็นถึงผลจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในด้านรสชาติว่า รสชาติไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 6 รายหรือร้อยละ 66.67 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างกัน จากปรุงด้วยมะพร้าวสด 3 รายหรือร้อยละ 33.33

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 104 ตัวอย่างเป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติของของหวานว่ามีรสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 57 รายหรือร้อยละ 54.81 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติไม่แตกต่าง 47 ราย หรือร้อยละ 45.19 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารสชาติของของหวานมีความแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 50 ก แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับรสนิยมของของหวาน

อาชีพ	รสนิยมไม่แตกต่าง	รสนิยมแตกต่าง	รวม
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	2 ( 4.07)	7 ( 4.93)	9
กลุ่มอาชีพทำงาน ส่วนตัว	6 ( 7.23)	10 ( 8.77)	16
กลุ่มอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	23 (21.24)	24 (25.76)	47
กลุ่มอาชีพทำงาน บริษัทเอกชน	10 (10.39)	13 (12.61)	23
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	6 ( 4.07)	3 ( 4.93)	9
รวม	47	57	104

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ

$$X^2_C = 4.27 \quad X^2_{(0.05)(4)} = 9.49$$

เพื่อต้องการทดสอบสมมติฐานที่ว่า "กลุ่มอาชีพของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับรสนิยมของของหวาน" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 50 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "กลุ่มอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับรสนิยมของของหวาน"

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 51 แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิส้า เจริญรูปในด้านรสชาติของของหวาน  
แยกตามระดับการศึกษา

ผลการใช้ ระดับการศึกษา	รสชาติไม่แตกต่างกัน		รสชาติแตกต่างกัน		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	3	50	3	50	6	100.00
ระดับมัธยมศึกษา	15	50	15	50	30	100.00
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	7	28	18	72	25	100.00
ระดับปริญญาตรี	19	57.58	14	42.42	33	100.00
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	3	30	7	70	10	100.00
รวม	47	45.19	57	54.81	104	100.00

จากตารางที่ 51 แสดงถึงผลจากการใช้น้ำกะทิส้า เจริญรูปของหวานในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่าง ที่เคยใช้น้ำกะทิส้า เจริญรูปของหวาน 6 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่าไม่แตกต่างกันจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 3 รายหรือร้อยละ 50 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 3 รายหรือร้อยละ 50

ระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิส้า เจริญรูปของหวาน 30 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่า ไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 15 รายหรือร้อยละ 50 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 15 รายหรือร้อยละ 50

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิส้า เจริญรูปของหวาน 25 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่าไม่แตกต่างกันจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 7 รายหรือร้อยละ 28 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 18 รายหรือร้อยละ 72



ระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงของหวาน 33 รายให้ทัศนคติถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่ารสชาติไม่แตกต่างจากปรุงด้วยมะพร้าวสด 19 รายหรือร้อยละ 57.58 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าว 14 รายหรือร้อยละ 42.42

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงของหวาน 10 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติว่ารสชาติไม่แตกต่างจากการใช้ปรุงด้วยมะพร้าวสด 3 รายหรือร้อยละ 30 เป็นตัวอย่างที่ให้ความเห็นว่ารสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 7 รายหรือร้อยละ 70

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 104 ตัวอย่าง ให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ในด้านรสชาติของของหวานว่ามีรสชาติที่ไม่แตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด จำนวน 47 รายหรือร้อยละ 45.19 รสชาติแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด 57 รายหรือร้อยละ 54.81 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารสชาติของของหวาน ยังมีความแตกต่างจากการปรุงด้วยมะพร้าวสด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 51 ก. แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับร้อยละของของหวาน

ระดับการศึกษา	ร้อยละที่ไม่แตกต่าง	ร้อยละที่แตกต่าง	รวม
ระดับประถมศึกษา	3 (2.71)	3 (3.29)	6
ระดับมัธยมศึกษา	15 (13.56)	15 (16.44)	30
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	7 (11.3)	18 (13.7)	25
ระดับปริญญาตรี	19 (14.91)	14 (18.09)	33
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	3 (4.52)	7 (5.48)	10
รวม	47	57	104

ตัวเลขใน ( ) เป็นตัวเลขได้จากการคำนวณ

$$\chi^2_c = 6.3 \quad \chi^2_{(0.05)(4)} = 9.49$$

เพื่อต้องการทดสอบสมมติฐานที่ว่า "ระดับการศึกษาไม่มีส่วนสัมพันธ์กับร้อยละของของหวาน" อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 51 ก และแบบทดสอบไคสแควร์สำหรับความเป็นอิสระ เราพอสรุปได้ว่า "ระดับการศึกษาไม่มีส่วนสัมพันธ์กับร้อยละของของหวาน"

การทดสอบสมมติฐาน  $H_0$  ที่ตั้งไว้ในการศึกษาเรื่องนี้ ที่ว่า "ร้อยละของของหวานที่ปรุงด้วยน้ำกะทิสำเร็จรูปกับมะพร้าวสดไม่แตกต่างกัน"

โดยการกำหนดค่าให้ 80% ขึ้นไปในความเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับร้อยละของของหวานที่ปรุงด้วยน้ำกะทิสำเร็จรูปอยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างจากปรุงด้วยมะพร้าวสด

$$\begin{aligned} \text{นั่นคือ} \quad H_0 &: P \geq 0.8 \\ H_a &: P < 0.8 \end{aligned}$$

อาศัยข้อมูลจากตารางที่ 151 และการทดสอบสัดส่วนของ  $Z = \frac{\hat{P} - P}{\sqrt{\frac{P(1-P)}{n}}}$

$$Z = -8.75 \quad , \quad Z_{.95} = -1.64$$

เราพอสรุปได้ว่า ร้อยละของของหวานที่ได้จากน้ำกะทิสำเร็จรูปมีความแตกต่างจากร้อยละของของหวานที่ปรุงจากมะพร้าวสด



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 52 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงเผกตามอาชีพ

อาชีพ	ความชอบของแกง						รสขำคิยของแกง						กลิ่นของแกง					
	ชอบ			ไม่ชอบ			ชอบ			ไม่ชอบ			ชอบ			ไม่ชอบ		
	จำนวน	%	จำนวน	จำนวน	%	จำนวน	จำนวน	%	จำนวน	จำนวน	%	จำนวน	จำนวน	%	จำนวน	จำนวน	%	
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	8	72.73	3	11	27.27	7	63.64	4	11	36.36	6	54.55	5	11	45.45			
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	11	64.71	6	17	35.29	11	64.71	6	17	35.29	9	52.94	8	17	47.06			
กลุ่มอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	52	75.36	17	69	24.64	46	66.67	23	69	33.33	40	57.97	29	69	42.03			
กลุ่มอาชีพทำงานบริ ษัทเอกชน	17	65.38	9	26	34.62	17	65.38	9	26	34.62	14	53.85	12	26	46.15			
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	10	83.33	2	12	16.67	7	58.33	5	12	41.67	8	66.67	4	12	33.33			
รวม	98	72.59	37	135	27.41	88	65.19	47	135	34.81	77	57.04	58	135	42.96			

จากตารางที่ 52 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงที่ปรุงด้วยน้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ทั้งหมด 11 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมัน 8 รายหรือร้อยละ 72.73 และไม่ชอบ 3 รายหรือร้อยละ 27.27 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 7 รายหรือร้อยละ 63.64 ไม่ชอบในรสชาติของแกง 4 รายหรือร้อยละ 36.36 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 6 รายหรือร้อยละ 54.55 ไม่ชอบในกลิ่นของแกง 5 รายหรือร้อยละ 45.45

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัวทั้งหมด 17 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของแกง 11 รายหรือร้อยละ 64.71 ไม่ชอบในด้านความมันของแกง 6 รายหรือร้อยละ 35.29 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 11 รายหรือร้อยละ 64.71 ไม่ชอบในรสชาติของแกง 6 รายหรือร้อยละ 35.29 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 9 รายหรือร้อยละ 52.94 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 8 รายหรือร้อยละ 47.06

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 69 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของแกง 52 รายหรือร้อยละ 75.36 ไม่ชอบในด้านความมันของแกง 17 รายหรือร้อยละ 24.64 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 46 รายหรือร้อยละ 66.67 ไม่ชอบในด้านรสชาติของแกง 23 รายหรือร้อยละ 33.33 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 40 รายหรือร้อยละ 57.97 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 29 รายหรือร้อยละ 42.03

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 26 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมัน 17 รายหรือร้อยละ 65.38 ไม่ชอบในด้านความมัน 9 รายหรือร้อยละ 34.62 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 17 รายหรือร้อยละ 65.38 ไม่ชอบในด้านรสชาติของแกง 9 รายหรือร้อยละ 34.62 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 14 รายหรือร้อยละ 53.85 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 12 รายหรือร้อยละ 46.15

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของแกง 10 รายหรือร้อยละ 83.33 ไม่ชอบในด้านความมันของแกง 2 รายหรือร้อยละ 16.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง

7 รายหรือร้อยละ 58.33 ไม่ชอบในด้านรสชาติของแกง 5 รายหรือร้อยละ 41.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 8 รายหรือร้อยละ 66.67 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 4 รายหรือร้อยละ 33.33

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 135 ราย ทิศารณาถึงความชอบในคุณสมบัติของแกง เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านความมัน 98 ตัวอย่างหรือร้อยละ 72.59 ไม่ชอบในด้านความมัน 37 ตัวอย่างหรือร้อยละ 27.41 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 88 ตัวอย่างหรือร้อยละ 65.19 ไม่ชอบในด้านรสชาติของแกง 47 ตัวอย่างหรือร้อยละ 34.81 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 77 ตัวอย่างหรือร้อยละ 57.04 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 58 ตัวอย่างหรือร้อยละ 42.96 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะชอบคุณสมบัติของแกงที่ปรุงด้วยน้ำกะทิสำเร็จรูป



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 53 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงแยกตามระดับการศึกษา

คุณสมบัติ	ความถนัดของแกง						รสชาติของแกง						กลิ่นของแกง					
	ชอบ			ไม่ชอบ			ชอบ			ไม่ชอบ			ชอบ			ไม่ชอบ		
	จำนวน	%	รวม	จำนวน	%	รวม	จำนวน	%	รวม	จำนวน	%	รวม	จำนวน	%	รวม	จำนวน	%	รวม
ระดับประถมศึกษา	8	80	10	2	20	10	7	70	3	30	10	5	50	5	50	10	10	10
ระดับประถมศึกษา	25	73.53	34	9	26.47	34	23	67.65	11	32.35	34	19	55.88	15	44.12	34	34	34
ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	22	70.97	31	9	29.03	31	22	70.97	9	29.03	31	19	61.29	12	38.71	31	31	31
ระดับปริญญาตรี	36	72	50	14	28	50	31	62	19	38	50	31	62	19	38	50	50	50
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	7	70	10	3	30	10	5	50	5	50	10	3	30	7	70	10	10	10
รวม	98	72.59	135	37	27.41	135	88	65.19	47	34.81	135	77	57.04	58	42.96	135	135	135

จากตารางที่ 53 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงที่ปรุงด้วยน้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 10 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของแกง 8 รายหรือร้อยละ 80 ไม่ชอบในด้านความมันของแกง 2 รายหรือร้อยละ 20 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 7 รายหรือร้อยละ 70 ไม่ชอบในด้านรสชาติของแกง 3 รายหรือร้อยละ 30 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 5 รายหรือร้อยละ 50 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 5 รายหรือร้อยละ 50

ระดับมัธยมศึกษา พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 34 รายจะเห็นได้ว่า ชอบในด้านความมันของแกง 25 รายหรือร้อยละ 73.53 ไม่ชอบในด้านความมันของแกง 9 รายหรือร้อยละ 26.47 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 23 รายหรือร้อยละ 67.65 ไม่ชอบในด้านรสชาติของแกง 11 รายหรือร้อยละ 32.35 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 19 รายหรือร้อยละ 55.88 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 15 รายหรือร้อยละ 44.12

ระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 31 ราย จะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของแกง 22 รายหรือร้อยละ 70.97 ไม่ชอบในด้านความมันของแกง 9 รายหรือร้อยละ 29.03 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 22 รายหรือร้อยละ 70.97 ไม่ชอบในด้านรสชาติของแกง 9 รายหรือร้อยละ 29.03 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 19 รายหรือร้อยละ 61.29 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 12 รายหรือร้อยละ 38.71

ระดับปริญญาตรี พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 50 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของแกง 36 รายหรือร้อยละ 72 เป็นตัวอย่างที่ไม่ชอบในด้านความมันของแกง 14 รายหรือร้อยละ 28 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 31 รายหรือร้อยละ 62 ไม่ชอบในด้านรสชาติของแกง 19 รายหรือร้อยละ 38 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 31 รายหรือร้อยละ 62 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 19 รายหรือร้อยละ 38

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของแกงจากกลุ่มตัวอย่าง 10 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของแกง 7 รายหรือร้อยละ 70 ไม่ชอบในด้านความมันของแกง 3 รายหรือร้อยละ 30 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 5 รายหรือร้อยละ 50



ไม่ชอบในด้านรสชาติของแกง 5 รายหรือร้อยละ 50 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 3 รายหรือร้อยละ 30 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 7 รายหรือร้อยละ 70

พิจารณาจากตัวอย่างทั้งหมดที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงแกง 135 รายแยกตามคุณสมบัติของแกงได้ดังนี้ ชอบในด้านความมันของแกง 98 รายหรือร้อยละ 72.59 ไม่ชอบในด้านความมันของแกง 37 รายหรือร้อยละ 27.41 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของแกง 88 รายหรือร้อยละ 65.19 ไม่ชอบในรสชาติของแกง 47 รายหรือร้อยละ 34.81 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 77 รายหรือร้อยละ 57.04 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของแกง 58 รายหรือร้อยละ 42.96 แสดงให้เห็นได้ว่ามีผู้บริโภคที่อยู่ในระดับการศึกษา จ จะไม่ชอบคุณสมบัติทางด้านกลิ่นของแกง แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ยังชอบคุณสมบัติของแกงที่ปรุงด้วยน้ำกะทิสำเร็จรูป



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 54 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของหวานแยกตามอาชีพ

อาชีพ	คุณสมบัติ				ความมันของหวาน				รสชาติของหวาน				กลิ่นของหวาน			
	ชอบ		ไม่ชอบ		ชอบ		ไม่ชอบ		ชอบ		ไม่ชอบ		ชอบ		ไม่ชอบ	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	4	44.44	5	55.56	3	33.33	6	66.67	2	22.22	7	77.78	9	99.99	0	0.00
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	11	68.75	5	31.25	8	50	8	50	5	31.25	11	68.75	16	100	0	0.00
กลุ่มอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	31	65.96	16	34.04	26	55.32	21	44.68	24	51.06	23	48.94	47	100	0	0.00
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัท เอกชน	11	47.83	12	52.17	12	52.17	11	47.83	10	43.48	13	56.52	23	100	0	0.00
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	6	66.67	3	33.33	6	66.67	3	33.33	7	77.78	2	22.22	9	100	0	0.00
รวม	63	60.58	41	39.42	55	52.88	49	47.12	104	46.15	56	53.85	104	100	0	0.00

ภาคตารางที่ 54 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของของหวานที่ปรุงด้วย น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของของหวานจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 รายชอบในด้านความมันของของหวาน (หัวกะทิ) 4 รายหรือร้อยละ 44.44 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 5 ราย หรือร้อยละ 55.56 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 3 รายหรือร้อยละ 33.33 ไม่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 6 รายหรือร้อยละ 66.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 2 รายหรือร้อยละ 22.22 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 7 รายหรือร้อยละ 77.78 จะเห็นว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพแม่บ้านไม่ชอบทั้งทางด้านความมัน รสชาติและกลิ่น

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของของหวานจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 16 รายจะเห็นว่าชอบในด้านความมันของของหวาน (หัวกะทิ) 11 รายหรือร้อยละ 68.75 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 5 รายหรือร้อยละ 31.25 เป็นตัวอย่างชอบในด้านรสชาติของของหวาน 8 รายหรือร้อยละ 50 ไม่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 8 รายหรือร้อยละ 50 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 5 รายหรือร้อยละ 31.25 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 11 รายหรือร้อยละ 68.75 จะเห็นว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว ชอบในด้านความมัน

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของของหวานจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 47 ราย จะเห็นว่าชอบในด้านความมันของของหวาน (หัวกะทิ) 31 รายหรือร้อยละ 65.96 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 16 รายหรือร้อยละ 34.04 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 26 รายหรือร้อยละ 55.32 ไม่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 21 รายหรือร้อยละ 44.68 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 24 รายหรือร้อยละ 51.06 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 23 รายหรือร้อยละ 48.94 จะเห็นว่าผู้บริโภคชอบในด้านความมัน

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของของหวานจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 23 รายจะเห็นว่าชอบในด้านความมันของของหวาน (หัวกะทิ) 11 รายหรือร้อยละ 47.83 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 12 รายหรือร้อยละ 52.17 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 12 รายหรือร้อยละ 52.17 ไม่ชอบในด้านรสชาติของ

ของหวาน 11 รายหรือร้อยละ 47.83 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 10 รายหรือร้อยละ 43.48 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 13 รายหรือร้อยละ 56.52 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพนี้ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยชอบ

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของของหวานจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของของหวาน (หัวกะทิ) 6 รายหรือร้อยละ 66.67 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 3 รายหรือร้อยละ 33.33 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 6 รายหรือร้อยละ 66.67 ไม่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 3 รายหรือร้อยละ 33.33 เป็นตัวอย่างชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 7 รายหรือร้อยละ 77.78 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 2 รายหรือร้อยละ 22.22 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพนี้ชอบในคุณสมบัติของของหวานทุกด้าน

จากจำนวนตัวอย่าง 104 รายให้ความเห็นถึงผลจากการใช้ ชอบในด้านความมันของของหวาน 63 รายหรือร้อยละ 60.58 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 41 รายหรือร้อยละ 39.42 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 55 รายหรือร้อยละ 52.88 ไม่ชอบในด้านรสชาติ 49 รายหรือร้อยละ 47.12 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่น 48 รายหรือร้อยละ 46.15 ไม่ชอบในด้านกลิ่น 56 รายหรือร้อยละ 53.85 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 55 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณสมบัติของหวานแยกตามระดับการศึกษา

คุณสมบัติ	ความไม่ชอบของหวาน				รสเ้าดีของหวาน				กลิ่นของหวาน								
	ชอบ		ไม่ชอบ		ชอบ		ไม่ชอบ		ชอบ		ไม่ชอบ						
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%					
ระดับการศึกษา																	
ระดับประถมศึกษา	4	66.67	2	33.33	6		4	66.67	2	33.33	6		2	33.33	4	66.67	6
ระดับมัธยมศึกษา	19	63.33	11	36.67	30		16	53.33	14	46.47	30		17	56.67	13	43.33	30
ระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่า	13	52	12	48	25		13	52	12	48	25		9	36	16	64	25
ระดับปริญญาตรี	21	63.64	12	36.36	33		19	57.58	14	42.42	33		17	51.52	16	48.48	33
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	6	60	4	40	10		3	30	7	70	10		3	30	7	70	10
รวม	63	60.58	41	39.42	104		55	52.88	49	47.12	104		48	46.15	56	53.85	104

จากตารางที่ 55 แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณลักษณะของของหวานที่ปรุงด้วย น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณลักษณะของของหวานจากกลุ่ม ตัวอย่างทั้งหมด 6 ราย จะเห็นได้ว่า ชอบในด้านความมันของของหวาน (หัวกะทิ) 4 รายหรือ ร้อยละ 66.67 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 2 รายหรือร้อยละ 33.33 เป็นตัวอย่างที่ ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 4 รายหรือร้อยละ 66.67 ไม่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 2 รายหรือร้อยละ 33.33 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 2 รายหรือร้อยละ 33.33 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 4 รายหรือร้อยละ 66.67 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคนี้อยู่ในระดับที่ชอบ ในด้านความมันและรสชาติของของหวาน

ระดับมัธยมศึกษา พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณลักษณะของของหวานจากกลุ่ม ตัวอย่าง 30 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของของหวาน (หัวกะทิ) 19 รายหรือร้อยละ 63.33 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 11 รายหรือร้อยละ 36.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบใน ด้านรสชาติของของหวาน 16 รายหรือร้อยละ 53.33 ไม่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 14 ราย หรือร้อยละ 46.67 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 17 รายหรือร้อยละ 56.67 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 13 รายหรือร้อยละ 43.33 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคนี้อยู่ในระดับที่ ชอบในด้านความมัน รสชาติและกลิ่น

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณลักษณะของของหวานจากกลุ่มตัวอย่าง 25 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของของหวาน(หัวกะทิ) 13 รายหรือ ร้อยละ 52 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 12 รายหรือร้อยละ 48 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้าน รสชาติของของหวาน 13 รายหรือร้อยละ 52 ไม่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 12 รายหรือ ร้อยละ 48 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 9 รายหรือร้อยละ 36 ไม่ชอบในด้าน กลิ่นของของหวาน 16 รายหรือร้อยละ 64 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคนี้อยู่ในระดับที่ชอบในด้านความมันและ รสชาติ แต่ไม่ชอบในด้านกลิ่น

ระดับปริญญาตรี พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณลักษณะจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 33 รายจะเห็นได้ว่าชอบในด้านความมันของของหวาน (หัวกะทิ) 21 รายหรือร้อยละ 63.64 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 12 รายหรือร้อยละ 36.36 เป็นตัวอย่างที่ชอบใน ด้านรสชาติของของหวาน 19 รายหรือร้อยละ 57.58 ไม่ชอบในด้านรสชาติของของหวาน 14 ราย

หรือร้อยละ 42.42 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 17 รายหรือร้อยละ 51.52 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 16 รายหรือร้อยละ 48.48 จะเห็นว่าผู้บริโภคในระดับนี้ชอบในด้านความมันและรสชาต

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พิจารณาถึงความชอบหรือไม่ชอบในคุณลักษณะของของหวานจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 10 รายจะเห็นว่า ชอบในด้านความมันของของหวาน 6 รายหรือร้อยละ 60 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 4 รายหรือร้อยละ 40 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาตของของหวาน 3 รายหรือร้อยละ 30 ไม่ชอบในด้านรสชาตของของหวาน 7 รายหรือร้อยละ 70 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 3 รายหรือร้อยละ 30 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 7 รายหรือร้อยละ 70 จะเห็นว่าผู้บริโภคในระดับนี้ชอบในด้านความมัน แต่ไม่ชอบในด้านรสชาต และกลิ่น

พิจารณาจากตัวอย่างทั้งหมดที่เคยใช้น้ำกะทิส้าเร็จรูปปรุงของหวาน 104 ราย แยกตามคุณลักษณะของของหวานได้ดังนี้ ชอบในด้านความมันของของหวาน (หัวกะทิ) 63 รายหรือร้อยละ 60.58 ไม่ชอบในด้านความมันของของหวาน 41 รายหรือร้อยละ 39.42 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านรสชาตของของหวาน 55 รายหรือร้อยละ 52.88 ไม่ชอบในด้านรสชาตของของหวาน 49 รายหรือร้อยละ 47.12 เป็นตัวอย่างที่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 48 รายหรือร้อยละ 46.15 ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน 56 รายหรือร้อยละ 53.85 จะเห็นว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ไม่ชอบในด้านกลิ่นของของหวาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 56 แสดงถึงพฤติกรรมการหลังใช้น้ำทะเลที่สำราญรูปแบบตามอาชีพ

อาชีพ	การยอมรับ		ใช้น้ำทะเลที่สำราญทุกครั้ง		เลือกประเภทอาหารที่จะใช้		ไม่ใช้น้ำทะเลที่สำราญอีกต่อไป		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กลุ่มอาชีพแม่บ้าน	1	9.09	9	81.82	1	9.09	11	100.00		
กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว	5	23.81	11	52.38	5	23.81	21	100.00		
กลุ่มอาชีพผู้ประกอบการหรือรัฐวิสาหกิจ	23	30.26	38	50	15	19.74	76	100.00		
กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน	9	32.14	15	53.57	4	14.29	28	100.00		
กลุ่มอาชีพอื่น ๆ	3	21.43	10	71.43	1	7.14	14	100.00		
รวม	41	27.33	83	55.33	26	17.33	150	100.00		



จากตารางที่ 56 แสดงถึงพฤติกรรมหลังใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละอาชีพ

กลุ่มอาชีพแม่บ้าน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพแม่บ้าน 11 รายพิจารณาถึงพฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่ามีอยู่ได้ 1 รายหรือร้อยละ 9.09 ที่จะใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปทุกครั้งเป็นจำนวน 9 รายหรือร้อยละ 81.82 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้เป็นตัวอย่างจำนวน 1 รายหรือร้อยละ 9.09 ที่จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป

กลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว จากตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานส่วนตัว 21 รายพิจารณาถึงพฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่า มีอยู่ 5 รายหรือร้อยละ 23.81 ที่จะใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปทุกครั้ง เป็นตัวอย่างจำนวน 11 รายหรือร้อยละ 52.38 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้กับน้ำกะทิสำเร็จรูปเป็นตัวอย่างจำนวน 5 รายหรือร้อยละ 23.81 ที่จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป

กลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 76 รายพิจารณาถึงพฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่า มีอยู่ 23 รายหรือร้อยละ 30.26 ที่จะใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปทุกครั้ง เป็นตัวอย่างจำนวน 38 รายหรือร้อยละ 50 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้กับน้ำกะทิสำเร็จรูป เป็นตัวอย่างจำนวน 15 รายหรือร้อยละ 19.74 ที่จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป

กลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 28 ราย พิจารณาถึงพฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่า มีอยู่ 9 รายหรือร้อยละ 32.14 ที่จะใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปทุกครั้ง เป็นตัวอย่างจำนวน 15 รายหรือร้อยละ 53.57 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้กับน้ำกะทิสำเร็จรูป เป็นตัวอย่างจำนวน 4 รายหรือร้อยละ 14.29 ที่จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป

กลุ่มอาชีพอื่น ๆ จากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ 14 ราย พิจารณาถึงพฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่า มีอยู่ 3 รายหรือร้อยละ 21.43 ที่จะใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปทุกครั้ง เป็นตัวอย่างจำนวน 10 รายหรือร้อยละ 71.43 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้กับน้ำกะทิสำเร็จรูป เป็นตัวอย่างจำนวน 1 รายหรือร้อยละ 7.14 จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป

จากตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงแกงและของของหวาน จำนวน 150 ราย พิจารณาหลังการใช้ได้ว่า จะใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปทุกครั้ง 41 รายหรือร้อยละ 27.33 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้ 83 รายหรือร้อยละ 55.33 และจะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป 26 รายหรือร้อยละ 17.33

ตารางที่ 57 แสดงถึงพฤติกรรมการหันหลังการใช้น้ำทะเลสำเร็จรูปแยกตามระดับการศึกษา

การยอมรับ ระดับการศึกษา	ใช้น้ำทะเลสำเร็จรูป ทุกครั้ง		เลือกประเภทอาหาร ที่จะใช้		ไม่นำใช้น้ำทะเลสำเร็จรูป อีกต่อไป		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับประถมศึกษา	4	36.36	6	54.55	1	9.09	11	100.00
ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา	11	28.21	21	53.85	7	17.95	39	100.00
ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	6	18.18	22	66.67	5	15.15	33	100.00
ระดับปริญญาตรี	17	30.36	29	51.79	10	17.86	56	100.00
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	3	27.27	5	45.45	3	27.27	11	100.00
รวม	41	27.33	83	55.33	26	17.33	150	100.00

จากตารางที่ 57 แสดงถึงพฤติกรรมหลังใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปในแต่ละระดับการศึกษา  
ระดับประถมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างในระดับประถมศึกษา 11 รายพิจารณาถึง  
 พฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่า มีอยู่ 4 รายหรือร้อยละ 36.36 ที่จะใช้น้ำกะทิ  
 สำเร็จรูปทุกครั้ง เป็นตัวอย่างจำนวน 6 รายหรือร้อยละ 54.55 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้กับ  
 น้ำกะทิสำเร็จรูป เป็นตัวอย่างจำนวน 1 รายหรือร้อยละ 9.09 ที่จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป

ระดับมัธยมศึกษา จากจำนวนตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษา 39 รายพิจารณาถึง  
 พฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่า มีอยู่ 11 รายหรือร้อยละ 28.21 ที่จะใช้น้ำกะ  
 ทิสำเร็จรูปทุกครั้ง เป็นตัวอย่างจำนวน 21 รายหรือร้อยละ 53.85 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้  
 กับน้ำกะทิสำเร็จรูป เป็นตัวอย่างจำนวน 7 รายหรือร้อยละ 17.95 ที่จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป  
 อีกต่อไป

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จากจำนวนตัวอย่างในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า  
 33 รายพิจารณาถึงพฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่ามีอยู่ 6 รายหรือร้อยละ 18.18 ที่จะ  
 ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปทุกครั้งเป็นจำนวนตัวอย่าง 22 รายหรือร้อยละ 66.67 เลือกประเภทอาหารที่  
 จะใช้กับน้ำกะทิสำเร็จรูป เป็นจำนวนตัวอย่าง 5 รายหรือร้อยละ 15.15 ที่จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จ  
 รูปอีกต่อไป

ระดับปริญญาตรี จากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรี 56 รายพิจารณาถึง  
 พฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่า มีอยู่ 17 รายหรือร้อยละ 30.36 ที่จะใช้น้ำกะทิ  
 สำเร็จรูปทุกครั้ง เป็นตัวอย่าง 29 รายหรือร้อยละ 51.79 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้น้ำกะทิ  
 สำเร็จเป็นตัวอย่าง 10 รายหรือร้อยละ 17.86 ที่จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จากจำนวนตัวอย่างในระดับปริญญาตรีขึ้นไป 11 รายพิจารณาถึง  
 พฤติกรรมหลังจากการใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปได้ว่า มีอยู่ 3 รายหรือร้อยละ 27.27 ที่จะใช้น้ำกะ  
 ทิสำเร็จรูปทุกครั้ง เป็นตัวอย่างจำนวน 5 รายหรือร้อยละ 45.45 เลือกประเภทอาหารที่จะใช้  
 กับน้ำกะทิสำเร็จรูป เป็นตัวอย่างจำนวน 3 รายหรือร้อยละ 27.27 ที่จะไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูป  
 อีกต่อไป

จากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปปรุงอาหารทั้งประเภทแกงและของ  
หวาน 150 ราย พิจารณาถึงพฤติกรรมหลังการใช้ได้ว่ามีกลุ่มตัวอย่าง 41 รายหรือร้อยละ 27.33  
ที่ยอมรับและคิดที่จะใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป มีกลุ่มตัวอย่าง 83 รายหรือร้อยละ 55.33 ที่  
เลือกประเภทอาหารที่จะใช้กับน้ำกะทิสำเร็จรูป มีกลุ่มตัวอย่าง 26 รายหรือร้อยละ 17.33 ที่  
ไม่ใช้น้ำกะทิสำเร็จรูปอีกต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย