ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มเกลือแร่ในเขตกรุงเทพมหานคร

นายอนุรักษ์ แช่มปรีชา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2531

ISBN 974-569-300-6

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

014525

CONSUMERS' ATTITUDE TOWARDS ELECTROLYTE BEVERAGE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

MR. ANURAK CHAMPRECHA

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the degree of Master of Business Administration
Graduate School
Chulalongkron University
1988

ISBN 974-569-300-6

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มเกลือแร่ในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย	นายอนุรักษ์ แช่มปรีชา
หลักสูตร	บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ สุรนันท์ วัชรประทีป

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรภัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ปรียา วอนขอพร)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุรนันท์ วัชรประทีป)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.กุณฑลี เวชสาร)

.....กรรมการ
(คุณวิเชษฐ์ จันทร์ฉาย)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสีเขียวนี้เพียงแผ่นเดียว

อนุรักษ์ แย้มปรีชา : ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มเกลือแร่ในเขตกรุงเทพมหานคร (Consumers' Attitude towards Electrolyte Beverage in Bangkok Metropolitan Area) อ.ที่ปรึกษา รศ.สุรพัฒน์ วัยรประทีป 119 หน้า

วัตถุประสงค์ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อเครื่องดื่มเกลือแร่ โดยออกแบบสอบถามสำรวจตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยดื่มและไม่เคยดื่มจำนวน 500 ราย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลจากการสำรวจสรุปได้ดังนี้คือ

ผลจากการทดสอบสมมุติฐานสรุปได้ว่า ผู้บริโภคน้อยกว่า 70 % มีความเห็นว่าประโยชน์ของเครื่องดื่มเกลือแร่คือทดแทนเกลือแร่ที่สูญเสียไปเนื่องจากการออกกำลังกาย เล่นกีฬาหรือทำงานและผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงให้ความเห็นเกี่ยวกับรสชาติที่ชอบแตกต่างกัน

ผู้บริโภคตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่ในปัจจุบัน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 30-34 ปี อาชีพพนักงานขับรถ เหตุผลในการดื่มครั้งแรก คืออยากทดลองดื่ม โดยคาดหวังคุณประโยชน์ในด้านการช่วยบรรเทาอาการอ่อนเพลีย และนิยมดื่มยี่ห้อล่อนเฮอร์มากที่สุด ปัจจัยที่ใช้กำหนดในการเลือกยี่ห้อ ผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่คำนึงถึงการหาซื้อได้ง่าย โดยมักจะหาซื้อตามร้านขายของชำทั่วไป และก็ดื่มที่ร้านขายของชำนั้น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะดื่มเมื่อรู้สึกอ่อนเพลีย และมีความถี่ในการดื่มมากกว่า 1 เดือน/ครั้ง

ด้านภาชนะบรรจุ ผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเครื่องดื่มที่บรรจุในขวดแก้วขนาด 250 ซีซี และขายในราคาสูงสุดไม่เกิน 5 บาท และต่ำสุด ประมาณ 3 บาท ด้านรสชาติผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรสหวานอมเปรี้ยวและไม่ใส่สารบอเนตที่ทำให้เกิดรสชา ด้านประโยชน์และโทษของเครื่องดื่มเกลือแร่ ผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าเครื่องดื่มเกลือแร่มีประโยชน์ในแง่ช่วยบรรเทาอาการอ่อนเพลียได้ ส่วนโทษนั้นผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าไม่มีโทษต่อร่างกาย ผู้บริโภคตัวอย่างที่เคยดื่มแต่ในปัจจุบันเลิกดื่มแล้ว เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ ระหว่าง 35-39 ปี อาชีพแม่บ้านและไม่ได้ทำงาน ให้เหตุผลในการดื่มครั้งแรกว่าอยากทดลองและเมื่อได้ทดลองดื่มไประยะหนึ่งแล้ว ก็เลิกดื่มโดยมีเหตุผลว่าไม่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ผู้บริโภคตัวอย่างที่ไม่เคยดื่มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 15-19 ปี ไม่ได้ทำงาน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 2,000 บาท มีเหตุผลที่ไม่ดื่มเพราะคิดว่าเครื่องดื่มเกลือแร่ไม่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

ข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับบริษัทผู้ผลิตจำหน่าย บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติโดยให้มีรสชาติแบบหวานอมเปรี้ยว กลิ่นและสีให้เหมือนธรรมชาติของผลไม้ชนิดต่าง ๆ เช่น มะนาว ส้ตรอเบอรี่ และส้ม เป็นต้น นอกจากการปรับปรุงรสชาติแล้ว บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายควรเน้นการกระจายสินค้าให้มากโดยเน้นขายผ่านร้านขายของชำ และร้านขายยาเพื่อสะดวกและง่ายต่อการหาซื้อของผู้บริโภค และราคาที่ขายปลีกไม่ควรเกิน 5 บาท ต่อขนาดบรรจุ 250 ซีซี ส่วนทางด้านการส่งเสริมการจำหน่ายนั้น บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายควรเน้นการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะในช่วงการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือในช่วงฤดูร้อน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักและทราบถึงคุณประโยชน์ นอกจากนี้บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายยังควรจะต้องจัดรายการส่งเสริมการขาย แบบ ลด แลก แจก แถม บ้าง เพื่อกระตุ้นการดื่มให้มากขึ้น อีกทั้งควรจะส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมกิจกรรมทางด้านการกีฬาหรือออกกำลังกาย เพื่อสร้างความคุ้นเคยให้เกิดกับผู้บริโภคในแง่ของเครื่องดื่มที่ช่วยเสริมสร้างพลังงานและเกลือแร่ที่สูญเสียไปจากการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา บริหารธุรกิจ ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2530 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสีเขียวนี้เพียงแผ่นเดียว

Anurak Champrecha : Consumers' Attitude towards Electrolyte Beverage in Bangkok Metropolitan Area.Thesis Advisor : Asso.Prof. Surapat Vatcharaprateep. 119 pp

The objective of this thesis is to study consumer behavior and attitudes towards electrolyte beverage. Personal interview with users and non users in Bangkok Metropolitan Area was conducted A total of 500 respondents were successfully interviewed

The result of hypotheses test, consumers less than 70% belive that electrolyte beverage would help to replace sweat that loss of working hard or exercise. Male and female users preferred different favours.

It was found that among presents users, male users significantly outnumber females. The majority of users were 30-40 years old, mostly employed as drivers, The reason for the first trial is from curiosity with expectation that electrolyte beverage would help prevent fatiques. The brand that is reported more frequently than others is SPONSER

The factor that affects the choice of brands is reported to be a wide distribution. Normally, users could purchase the product and drink it at a regular shophouse. Frequency of usage is found to be one bottle per month or longer. Other findings on different aspects are as follows. The most preferred container is glass bottle with net weight of 250 cc. The appropriate price should be in 3-5 baht range. Most respondents likes sweetness with lemon flavour and non-carbonate. They believe that electrolyte beverage can help relaxation of fatiques and none is concerned with side effects

Past users are females more than males, aged 35-39 years old. Most of them are housewives. Their first trial is also from curiosity. It is found that those users stopped theconsumption because they think the product is not beneficial to them.

Finally, for those who are nonusers, It is founded that most of them are females, 15-19 years old, and unemployed the reason for not buying is the product is not beneficial at all.

Concerning recommendations to manufacturers and distributors of electrolyte beverage, They should make the product to cover different flavours such as lemon, strawberry, orange ect. Moreover, taste should be sweet with lemon-flavour to meet consumer preference. Besides an improvement in taste, attempt to expand distribution must also be undertaken. The retail price for each bottle should be 5 baht or below. The manufacturers and thedistributors should concentrate on T.V. advertising especially during summer or at initial launch period to build consumer awareness and familiary with the product. Active in store promotion is suggested for maximum brand exposures. Furthermore, sponsoring sport events might be considered effectively communicated product benefits to the target group.

ภาควิชา Business Administration ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา Business Administration

ปีการศึกษา 2530 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ สุรนันท์ วัชรประทีป ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้กับผู้เขียนที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่าน ในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเขียน ตั้งแต่เริ่มทำวิทยานิพนธ์ จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ พร้อมกันนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณ คุณ ลักษณา สุขสถิตย์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด และ คุณ วิเชษฐ์ จันทร์ฉาย ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาการตลาด บริษัท พรีเมียร์มาร์เกตติ้ง จำกัด ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำทางด้านการตลาดและอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เขียนตลอดจนช่วยตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องอันทำให้เกิดความสมบูรณ์ นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณ คุณวิจิตร จรางกุล และ คุณชูชาติ เลิศจินตนากิจ ผู้ที่ช่วยเหลือให้คำแนะนำทางด้านการวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยดีโดยตลอด และผู้เขียนขอขอบพระคุณ คุณบัณฑิต กงตาน เภสัชกร 5 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ที่ช่วยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการเขียนวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ คุณสุทธิพงศ์ ไทยทัน ผู้จัดการฝ่ายสำนักงาน บริษัท พรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ที่เป็นผู้ประสานงานในการติดต่อกับฝ่ายการตลาดของบริษัท

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ปรียา วอนขอพร รองศาสตราจารย์ สุรนันท์ วัชรประทีป อาจารย์ ดร.กุณฑลี เวชสาร และคุณวิเชษฐ์ จันทร์ฉาย ซึ่งได้เสียสละเวลา เพื่อการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง และให้คำแนะนำในฐานะคณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ รอง ศาสตราจารย์ สุรัชนา วิวัฒนชาติ ที่กรุณา ให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ ตลอดมา

ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงอีกครั้ง สำหรับทุก ๆ ท่านที่มีส่วนช่วยให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ทั้งที่ได้กล่าวนาม และไม่ได้กล่าวนามมาแล้วข้างต้น ประโยชน์หรือข้อดีที่บุคคลหรือคณะบุคคลใดก็ตามพึงจะได้รับจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขอมอบความดีทั้งหมดนี้แด่ บิดา และมารดาซึ่งผู้เขียนให้ความเคารพเทอดทูนสูงสุด

อนุรักษ์ แช่มปรีชา

เมษายน 2531

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ

กิตติกรรมประกาศ..... ฉ

สารบัญตาราง..... ช

สารบัญกราฟ..... ฎ

บทที่

1. บทนำ..... 1
2. การดำเนินงานด้านการตลาดเครื่องดื่มเกลือแร่..... 11
3. การวิเคราะห์ข้อมูล..... 25
4. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ..... 98

บรรณานุกรม..... 106

ภาคผนวก ก..... 107

ภาคผนวก ข..... 112

ประวัติผู้เขียน..... 119

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่ เลิกดื่มแล้ว และที่ไม่เคยดื่ม จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้.....	26
2	แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่...	28
3	แสดงจำนวนตัวอย่างที่ยังดื่มและเลิกดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้.....	30
4	แสดงเหตุผลที่เลิกดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่ม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้.....	34
5	แสดงถึงสื่อโฆษณา แหล่งที่ทำให้รู้จักเครื่องดื่มเกลือแร่.....	37
6	แสดงเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ในครั้งแรกของ กลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่ม.....	39
7	แสดงถึงความคาดหวังคุณประโยชน์จากการดื่มเครื่องดื่ม เกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้.....	42
8	แสดงความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ยังคงดื่มอยู่จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้.....	47
9	แสดงถึงโอกาสหรือเวลาในการดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของ กลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	51
10	แสดงถึงสถานที่ดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ยังคงดื่มอยู่จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้.....	55
11	แสดงถึงสถานที่ซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้.....	59

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
12	แสดงถึงยี่ห้อเครื่องดื่มเกลือแร่ที่ดื่มบ่อยที่สุดของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้...	62
13	แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดยี่ห้อในการซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้.....	66
14	แสดงความเห็นเกี่ยวกับการตั้งราคาจำหน่ายเครื่องดื่มเกลือแร่ในปริมาณขนาดบรรจุ 250 ซีซี ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่.	71
15	แสดงถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่เกี่ยวกับความหวานของเครื่องดื่มเกลือแร่ยี่ห้อที่ดื่มบ่อยที่สุด.....	73
16	แสดงถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่เกี่ยวกับความเปรี้ยวของเครื่องดื่มเกลือแร่ยี่ห้อที่ดื่มบ่อยที่สุด.....	75
17	แสดงถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่เกี่ยวกับสีของเครื่องดื่มเกลือแร่ยี่ห้อที่ดื่มบ่อยที่สุด.....	76
18	แสดงถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่เกี่ยวกับกลิ่นของเครื่องดื่มเกลือแร่ยี่ห้อที่ดื่มบ่อยที่สุด.....	79
19	แสดงถึงความเห็นเกี่ยวกับรสชาติของเครื่องดื่มเกลือแร่ที่ชอบของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่.....	81
20	แสดงถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่เกี่ยวกับการใส่คาร์บอเนตลงในเครื่องดื่มเกลือแร่เพื่อทำให้เกิดรสซ่าจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้.....	83
21	แสดงถึงความเห็นเกี่ยวกับลักษณะของภาชนะบรรจุเครื่องดื่มเกลือแร่จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพและรายได้.....	85

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
22	ความเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่	89
23	ความเห็นเกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่	90
24	ความเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่เลิกดื่มแล้ว	91
25	ความเห็นเกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่เลิกดื่มแล้ว	92
26	ความเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยดื่ม	93
27	ความเห็นเกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยดื่ม	94
28	แสดงถึงความคิดที่จะลองดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยดื่ม โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้	95

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญกราฟ

กราฟที่		หน้า
1	แสดงเหตุผลที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยดื่ม	29
2	แสดงจำนวนตัวอย่างที่ยังคงดื่มและเลิกดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่....	33
3	แสดงเหตุผลที่เลิกดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่ม	36
4	แสดงเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ในครั้งแรกของกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่ม.....	41
5	แสดงความคาดหวังคุณประโยชน์จากการดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่.....	45
6	แสดงความถี่ในการดื่มเครื่องเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่	50
7	แสดงโอกาสหรือเวลาในการดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่.....	54
8	แสดงสถานที่ดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่..	58
9	แสดงสถานที่ซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงดื่มอยู่..	61
10	แสดงยี่ห้อเครื่องดื่มเกลือแร่ที่ดื่มบ่อยที่สุด.....	65
11	แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดยี่ห้อในการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่	70
12	แสดงความเห็นเกี่ยวกับลักษณะของภาชนะบรรจุเครื่องดื่มเกลือแร่	88

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย