



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Consumer Behavior of Instant Coffee in Hatyai, Songhla

ของ

นางสาวจรินทร์ญา จีรภาส

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจ)

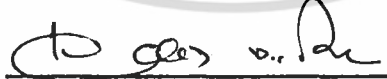
เมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2534

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 11 ต.ย. 34


(อาจารย์ศิริจรรธา เครือวิริยะพันธ์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 11 ต.ย. 34

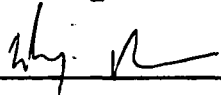
(อาจารย์เสาววี คะไพหนอง)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 11 ต.ย. 34

(อาจารย์วิเชษฐ์ มณีรัตน์)

หัวหน้าภาควิชา

 11 ต.ย. 34

(อาจารย์นิตชา สิกธิโชค)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
Consumer Behavior of Instant Coffee in Hatyai, Songkla



T097695

โดย

นางสาวจรินทร์ญา จิรภาส

เสนอ

รฟ.
๑๒๖๗
๒๕๓๔

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 97695
วัน,เดือน,ปี.....

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความร่วมมือแห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2534

รฟ.
๑๒๖๗
๒๕๓๔

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

โดย : นางสาวจรินทร์ญา จิรภาส

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ : _____, ____/____/____

(ศิริจรรษา เครือวิริยะพันธ์)

ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาในด้านอุตสาหกรรม โดยที่รัฐบาลให้ความสำคัญในเรื่องของอุตสาหกรรมการเกษตรเป็นอุตสาหกรรมเริ่มแรกและอุตสาหกรรมการผลิตกาแฟสำเร็จรูปก็เป็นอุตสาหกรรมการเกษตรที่ได้รับการสนับสนุนเนื่องจากในปัจจุบันมีผู้นิยมบริโภคกาแฟสำเร็จรูปกันมากขึ้น เพราะมีความสะดวกรวดเร็วในการจัดเตรียมสำหรับการบริโภค

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สุ่มจำนวนประชากรตัวอย่างทั้งหมด 109 ตัวอย่างจากอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีทั้งเพศชายและเพศหญิงชายในจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-24 ปี คิดเป็นอายุเฉลี่ย 27 ปี ซึ่งจบการศึกษาในระดับมัธยมปลายและกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีบางส่วน ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่ยังเป็นโสดเพราะเป็นนักเรียนและนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,865 บาท ส่วนใหญ่จะดื่มกาแฟที่ชื่อ "เนสกาแฟ" มากกว่ายี่ห้ออื่น แต่ก็มีผู้บริโภคร่วมมากไม่เจาะจงบริโภคกาแฟสำเร็จรูปชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ สำหรับปริมาณการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปอย่างน้อย 1 แก้วต่อวันในคอนเซ็ปต์ ส่วนผสมของกาแฟที่นิยมใช้มากที่สุด คือ "น้ำตาลและครีมเทียม" ผู้บริโภคบางคนจะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปเพียงอย่างเดียว แต่ก็เป็นของว่างที่บริโภคกับกาแฟสำเร็จรูปแล้ว ผู้บริโภคจะบริโภคกับ "ปาท่องโก๋" มากที่สุด มีผู้บริโภคร่วมมากบริโภคกาแฟสำเร็จรูปตามลำพัง และมีความรู้สึกที่ดีหลังการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปด้วยโดยจะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปไปเรื่อย ๆ ซึ่งจะหาซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตเพราะสะดวกต่อการเดินทางและในการเลือกซื้อ บางครั้งผู้บริโภครู้สึกดีใจรสชาติไม่ว่ากรณิใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กาแฟสำเร็จรูป เวลาเลือกซื้อหือกาแฟสำเร็จรูป จะพิจารณาจากรสชาติของ
กาแฟสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังมีมูลเหตุจูงใจจากบุคคลในครอบครัวที่บริโภค
กาแฟสำเร็จรูปอยู่แล้ว ในด้านปัญหาเห็นผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการบริโภคและ
เลือกซื้อ แต่มีความคิดเห็นว่กาแฟสำเร็จรูปเป็นเครื่องดื่มสำหรับคนธรรมดาทั่วไป
โดยเฉพาะจะเหมาะกับผู้ใหญ่ซึ่งดื่มได้เป็นประจำ เป็นเครื่องดื่มของคนทีนอนดึก และ
อาจเป็นเครื่องดื่มที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภคมากกว่าที่จะเห็นว่กาแฟสำเร็จรูป
เป็นเครื่องดื่มที่สร้างบุคลิกและนุ่มเฟือย

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาคิดว่าผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูปควรมี
การปรับปรุงและพัฒนาอุตสาหกรรมประเภทนี้ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นโดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์
บริษัทควรมีการปรับปรุงส่วนผสมของกาแฟสำเร็จรูป ชนิดผสมสำเร็จรูปให้มีรสชาติที่ดี หรือ
อาจจะปรับปรุงในส่วนของรสชาติกาแฟสำเร็จรูปที่ไม่ได้ผสมส่วนผสมใด ๆ ในส่วนของ
ผลิตภัณฑ์ในด้านอื่น ๆ ในตัวของกาแฟสำเร็จรูปผู้บริโภคยังพบว่ากาแฟมีการปลอมปน คือ
กาแฟมีส่วนผสมอื่น ๆ ไม่ใช่กาแฟแท้ 100 % ซึ่งบริษัทที่ผลิตก็ควรปรับปรุงในเรื่องนี้เป็น
ประการแรก ส่วนประการที่สอง คือ ด้านราคา โดยการขยายตลาดกาแฟสำเร็จรูปที่ผลิต
ในประเทศ ควรเน้นหนักในด้านการรักษารสชาติและคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล ราคา
ของผลิตภัณฑ์พอสมควร เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมในประเทศและยังทำให้ส่วนครองตลาดใน
ประเทศเพิ่มขึ้นอีกด้วย สำหรับประการที่สาม ควรพิจารณาถึงช่องทางการจำหน่าย
ที่ให้ความสะดวกในการเลือกซื้อของผู้บริโภคมีการขยายตลาดให้มากขึ้น และควรมีมาตรการ
ควบคุมการลักลอบนำเข้กาแฟสำเร็จรูปทางชายแดนภาคใต้อย่างเข้มงวด มีการลงโทษ
ผู้กระทำผิดอย่างหนัก เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมประเภทนี้ให้มีส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้นจากเดิม
และประการสุดท้าย ด้านการโฆษณาซึ่งทางภาครัฐบาลควรมีการโฆษณาให้ผู้บริโภคเห็นว่
กาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศมีรสชาติดีเทียบเท่ากับของต่างประเทศและในส่วนของบริษัทที่
ผลิตกาแฟสำเร็จรูปก็ควรมีการโฆษณาให้เห็นถึงคุณภาพที่ควบคู่กับราคาของกาแฟสำเร็จรูปที่
ไม่สูงจนเกินไป รวมทั้งการโฆษณารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ด้วย

คำนิยม

ในการวิจัยและเรียบเรียงปัญหาพิเศษเล่มนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือ
ให้คำแนะนำปรึกษา และตรวจข้อแก้ไขบทร่างต่าง ๆ จากอาจารย์ศิริจรรษา เครือวิริยะพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ อาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง และอาจารย์วิเชษฐ์ มณีรัตน์
กรรมการที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้
ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ชูใจ คุณารัตนไชย ภาควิชาสถิติประยุกต์ที่ได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ
พร้อมทั้งให้ใช้หนังสือที่เป็นประโยชน์สำหรับงานวิจัยครั้งนี้อย่างมากและต้องขอขอบคุณสำนักวิจัย
และบริการคอมพิวเตอร์ สจล. ที่เอื้อเฟื้อเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ ซึ่งทำให้การวิจัย
ครั้งนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณบุคคลดังต่อไปนี้

คุณพ่อและพี่สาว : ให้คำปรึกษาพร้อมทั้งให้กำลังใจ

คุณแม่และน้องชาย : ช่วยเก็บข้อมูลด้วยความตั้งใจ

เพื่อน ๆ : ให้ยืมเครื่องคอมพิวเตอร์ ช่วยให้คำแนะนำ และช่วยพิมพ์

น้อง ๆ : ให้กำลังใจ

นางสาวจรินทร์ญา จิรภาส

ตุลาคม 2534

(1)

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง

(3)

สารบัญภาพ

(5)

บทที่ 1 บทนำ

ความสำคัญของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
ตรวจสอบเอกสาร	5
วิธีการศึกษา	8

บทที่ 2 สภาพเศรษฐกิจและสังคมของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจ	10
ลักษณะทางด้านสังคม	12
ปัญหาและแนวทางในการพัฒนา	13

บทที่ 3 ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป	21
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป	37
ส่วนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นในการบริโภค	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญต่อ

หน้า

บทที่ 4 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

สรุป

44

ข้อเสนอแนะ

47

เอกสารอ้างอิง

50

ภาคผนวก ก

52

ภาคผนวก ข

61



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณและมูลค่านำเข้ากาแฟสำเร็จรูปเป็นรายประเทศ 2527-2531	2
2	เพศ	16
3	ช่วงอายุ	17
4	สถานภาพ	18
5	ระดับการศึกษาสูงสุด	18
6	อาชีพ	19
7	รายได้	20
8	พฤติกรรมชอบและไม่ชอบกาแฟสำเร็จรูป	21
9	ยี่ห้อของกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคมากที่สุด	22
10	ชนิดของกาแฟสำเร็จรูป	23
11	ชนิดกาแฟสำเร็จรูปและเพศ	24
12	ปริมาณการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป	25
13	ปริมาณการบริโภคและอาชีพ	26
14	ช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป	27
15	ช่วงเวลาการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปกับอาชีพ	28
16	ส่วนผสมที่ใช้ในการปรุงแต่งรสชาติของกาแฟสำเร็จรูป	29
17	กลุ่มส่วนผสมที่ใช้ปรุงแต่งรสชาติของกาแฟสำเร็จรูป	29
18	ช่องว่างที่บริโภคกับการกาแฟสำเร็จรูป	31
19	ลักษณะการบริโภค	31
20	อาการหลังการบริโภค	32
21	พฤติกรรมหลังการบริโภค	33
22	อำนาจการตัดสินใจซื้อกาแฟสำเร็จรูป	33
23	สถานที่ซื้อกาแฟสำเร็จรูป	34

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
24	สาเหตุที่เลือกซื้อจากสถานที่นั้น	35
25	สถานที่ซื้อกาแฟสำเร็จรูปกับระดับการศึกษา	36
26	ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป	37
27	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูป	38
28	ความภักดีต่อยี่ห้อกาแฟสำเร็จรูป	39
29	มูลเหตุการจงใจในการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป	40
30	ปัญหาการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป	41
31	ปัญหาในการซื้อกาแฟสำเร็จรูป	42
32	ความคิดเห็นต่อกาแฟสำเร็จรูป	43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1

แผนภาพแสดงเขตอำเภอขนาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

15



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

อุตสาหกรรมการเกษตร หมายถึง การผลิตที่ใช้ผลิตภัณฑ์หรือผลผลิตจากการเกษตรเป็นวัตถุดิบ ซึ่งอาจผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ หรือจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ และเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่เดิมอยู่ในภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรมการเกษตรจึงเป็นอุตสาหกรรมเริ่มแรกที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2506 ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไหมมะพร้าว แป้งมันสำปะหลัง น้ำมันไม้กระป๋อง อาหารสัตว์ กาแฟสำเร็จรูป น้ำมันพืช สางรถยนต์ (เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ , 2533)

เมล็ดกาแฟดิบก็เป็นวัตถุดิบทางการเกษตรอีกชนิดหนึ่งที่รัฐบาลให้การสนับสนุนให้เป็นอุตสาหกรรมการเกษตร โดยการนำมาแปรรูปเป็นกาแฟสำเร็จรูป การแปรรูปนั้นนอกจากจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับเมล็ดกาแฟแล้ว ยังช่วยให้เกิดความสะดวกในการบริโภคด้วยจากการที่รัฐบาลสนับสนุนอุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูปนั้น รัฐบาลจึงต้องส่งเสริมให้ปลูกกาแฟเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มปริมาณเมล็ดกาแฟดิบ และยังช่วยลดปริมาณการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบด้วย ในปัจจุบันผลผลิตกาแฟเพิ่มสูงขึ้น จากสถิติในปี 2530 ไทยส่งออกเมล็ดกาแฟดิบเพียง 22,705 ตัน มูลค่า 1,099.7 ล้านบาท แต่ในปี 2532 ไทยส่งออกเมล็ดกาแฟดิบทั้งหมดปริมาณ 51,987 ตัน มูลค่า 1,891.0 ล้านบาท ซึ่งมีปริมาณสูงขึ้น ถึงแม้ปริมาณการส่งออกเมล็ดกาแฟดิบจะเพิ่มขึ้นแต่ปริมาณการนำเข้ากาแฟยังมีด้วย การนำเข้ากาแฟนั้นเป็นการนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะพันธุ์อาราบิก้า ประเทศไทยไม่มีการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบ เนื่องจากเมล็ดกาแฟดิบในประเทศมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ และยังมีเหลือเพื่อส่งออก (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2532)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่านำเข้าจากพม่าเรีจรูปเป็นรายประเทศ 2527-2531

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ	ปี 2527		ปี 2528		ปี 2529		ปี 2530		ปี 2531	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
สหรัฐอเมริกา	33.67	12.60	44.12	18.96	25.59	10.94	25.76	9.68	94.34	30.72
เนเธอร์แลนด์	43.95	11.01	40.89	12.73	31.89	10.79	7.11	3.32	7.93	3.58
อังกฤษ	1.19	0.46	0.84	0.31	-	-	-	-	0.11	0.02
เยอรมันตะวันตก	8.78	1.10	15.05	1.69	1.26	0.21	4.11	0.90	2.01	0.42
สวิสเซอร์แลนด์	17.54	5.69	11.98	4.40	19.53	8.99	15.67	7.43	19.70	8.22
สิงคโปร์	0.25	0.33	1.08	0.46	0.34	0.05	0.46	0.06	1.09	0.14
จีน	-	-	-	-	-	-	-	-	0.72	0.30
ญี่ปุ่น	0.86	0.33	0.67	0.33	0.36	0.15	0.16	0.15	0.24	0.07
อินโดนีเซีย	-	-	-	-	-	-	-	-	15.04	1.32
เกาหลีใต้	-	-	-	-	8.87	0.79	56.29	5.11	29.25	2.25
ออสเตรเลีย	1.20	0.29	1.92	0.56	8.74	3.52	-	-	-	-
อื่น ๆ	0.16	0.10	0.11	0.01	2.18	0.93	13.00	3.30	-	-
รวม	106.60	31.61	116.66	39.56	98.66	36.37	122.56	29.58	170.43	47.04
อัตราเพิ่มร้อยละ	ปริมาณ	5.30								
	มูลค่า	3.08								

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2532)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าไทยนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปจากหลายประเทศ และมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี ในอัตราร้อยละ 3.08 การที่ประเทศไทยยังต้องนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปนั้น เนื่องจากสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการผลิต กาแฟสำเร็จรูปที่นิยมบริโภคเป็นกาแฟพันธุ์อาราบิก้า ซึ่งมีกลิ่นหอม รสชาติกลมกล่อม แต่ผลผลิตกาแฟพันธุ์ของไทยยังมีน้อย เนื่องจากปลูกได้ในบริเวณภาคเหนือเท่านั้น ทางด้านโรงงานอุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูปมีจำนวนน้อยราย ในปัจจุบันมี 3 แห่ง คือ บริษัทกาแฟไทย จำกัด บริษัทสยามโค่นา จำกัด และบริษัทเขาช่องอุตสาหกรรม จำกัด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2532) ในด้านปัญหาการตลาด ราคากาแฟที่หน่วยงานของรัฐบาลกำหนดให้พ่อค้ารับซื้อราคาสูงมากเมื่อเทียบกับราคาตลาดโลก ทำให้ผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูปในประเทศชะลอการรับซื้อเพื่อแปรรูปแข่งขันกับกาแฟสำเร็จรูปที่นำเข้าจากต่างประเทศ จากสาเหตุต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลกระทบต่อราคากาแฟสำเร็จรูปในตลาดประเทศไทย ทำให้มีราคาค่อนข้างสูงและการที่กาแฟสำเร็จรูปมีราคาสูง ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มไม่บริโภคกาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศ แต่หันไปบริโภคกาแฟสำเร็จรูปจากต่างประเทศซึ่งมีราคาถูกกว่า กาแฟสำเร็จรูปที่มีราคาถูกเหล่านี้มักเป็นกาแฟที่ลักลอบนำเข้าทางชายแดนภาคใต้ โดยเฉพาะทางด้านจังหวัดสงขลา จากการที่มีการลักลอบนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปเข้าทางชายแดนภาคใต้ ทำให้อำเภอหาดใหญ่ ซึ่งเป็นอำเภอที่อยู่ใกล้ชายแดน และเป็นอำเภอที่ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย มีการขยายตัวทางการค้า มีตลาดกลางขายสินค้าที่ลักลอบนำเข้าทางชายแดน รวมถึงกาแฟสำเร็จรูปด้วย ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ง่าย ราคาถูก และมีคุณภาพดี จึงทำให้ผู้บริโภคสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสำเร็จรูปในเขตพื้นที่ดังกล่าวข้างต้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปใน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรบริโภคกาแฟสำเร็จรูปใน อำเภอหาดใหญ่

จังหวัดสงขลา

3. ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟสำเร็จรูปใน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
4. ศึกษาปัญหาการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปใน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาดังนี้จะทำให้ทราบพฤติกรรมการบริโภค ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ปัญหาของการบริโภค และความคิดเห็นที่ผู้บริโภคมีต่อกาแฟสำเร็จรูป โดยเฉพาะในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งนิยมบริโภคกาแฟสำเร็จรูปที่ลักลอบนำเข้า ทางชายแดนภาคใต้ เป็นผลให้ส่วนครองตลาดในประเทศลดลง การศึกษาดังนี้จึงช่วยเป็น แนวทางในการพัฒนาคุณภาพกาแฟไทย ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ทั้งตัวกาแฟ และรสชาติซึ่งอาจทำให้ส่วนครองตลาดในประเทศเพิ่มขึ้น รายได้ของประเทศจะได้ไม่รั่วไหล ไปนอกประเทศมากนัก และถ้าหากรัฐบาลให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมประเภทนี้ ตลาดกาแฟ สำเร็จรูป ก็จะกระจายไปทั่วทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ขอบเขตของการศึกษา

การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปจะทำ เฉพาะผู้บริโภคใน เขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยเลือกเขตการศึกษาที่มีการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป เป็นส่วนใหญ่ ในที่นี้เลือกไว้ 2 ตำบล คือ ตำบลหาดใหญ่ และ ตำบลคลองสีย

นิยามศัพท์

กาแฟสำเร็จรูป หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผลที่แก่จัดของต้นกาแฟในตระกูล คอฟเฟีย (coffee) ผ่านกรรมวิธีเอาเมล็ดคอก นำมาคั่วจนได้ที่โดยมิได้มีการผสม สิ่งอื่นใดแล้วนำมาสกัดด้วยน้ำเท่านั้น นำไประเหยน้ำออกจนแห้งด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีลักษณะเป็นผงหรือลักษณะอื่น ๆ และสามารถละลายน้ำได้หมดทันที

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่บริโภคกาแฟสำเร็จรูป ในเขตที่ทำการศึกษา

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าหรือการบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งขบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำ

ส่วนครองตลาด หมายถึง อัตราส่วนของตลาด (share of market) ในแต่ละส่วนของตลาดที่สามารถจะทำได้โดย คำนึงถึงฐานการแบ่งชั้นของคู่แข่งชั้นภายในตลาดและงบประมาณค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จะใช้ดำเนินกลยุทธ์การตลาด ในส่วนตลาดนั้น

ตรวจเอกสาร

เสาวภา ชุ่มสุลัก (2524) ได้ศึกษา เรื่องสภาวะการผลิตและการตลาด สารกาแฟ ในประเทศไทย พบว่า สารกาแฟส่วนมากได้มาจากกาแฟพันธุ์โรบัสต้า ร้อยละ 90 อีก ร้อยละ 10 ได้มาจากพันธุ์อาราบิก้า กาแฟเป็นไม้ยืนต้น นิยมปลูกตามไหล่เขา และบนเนินดิน พื้นที่ปลูกมีลักษณะเป็นดินร่วนปนทราย เพราะมีความอุดมสมบูรณ์ และระบายน้ำได้ดี ประเทศไทยมีการปลูกกาแฟกันมากในภาคใต้ถึง ร้อยละ 93 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด และจังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูกกาแฟมากที่สุด ได้แก่ ชุมพร นครศรีธรรมราช และยะลา สารกาแฟที่ตลาดในประเทศไทยได้รับมากที่สุด ในภาคใต้ คือ จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากเกษตรกรนิยมทำไร่กาแฟ ในลักษณะที่เป็นเชิงเศรษฐกิจ มากกว่า และยังเป็นอุปทานสารกาแฟที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ ในปี 2497 เป็นต้นมา รัฐบาลได้ส่งเสริมให้ผลิตสารกาแฟมากขึ้นจนเกินความต้องการภายในประเทศ และสามารถส่งเป็นสินค้าออกได้

ยุภา กอบแก้ววัฒนา (2527) ได้ศึกษา เรื่องการตลาดกาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศไทยพบว่าความต้องการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปของคนไทย มีแนวโน้มเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 15-20 ต่อปี มีกาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศเพียง 3 ตรา คือ เนสกาแฟ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดีวิถีทอราโด และเขาช่อง อุตสาหกรรมประเภทนี้ยังไม่พัฒนา เนื่องมาจากปัญหาหลายด้าน เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ซึ่งขาดการปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ส่วนด้านราคานั้น ถึงแม้ราคาในประเทศจะถูกกว่าราคาของต่างประเทศ แต่ผู้บริโภคจำนวนมากยังตัดสินใจซื้อกาแฟโดยคำนึงถึงรสชาติ เพราะฉะนั้นในการขยายตลาดกาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศ จึงควรเน้นหนักในด้านคุณภาพ ช่องทางการจำหน่าย สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ ได้แก่ ร้านค้า และซูเปอร์มาร์เก็ต นอกจากนี้ยังมีการลักลอบนำเข้ากาแฟจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะบริเวณชายแดนภาคใต้ ซึ่งนับเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ส่วนครองตลาดกาแฟที่ผลิตภายในประเทศลดลง

ปีศาจ คัมพิวไล และคณะ (2532) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อกาแฟสำเร็จรูปโดยสุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 500 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า จากสิ่งจูงใจ 4 วิธี คือ การลดราคาสินค้า การแจกของสมนาคุณการสะสมหรือนำชิ้นส่วนของสินค้าไปแลกเปลี่ยน และวิธีการนำชิ้นส่วนของสินค้าไปส่งชิงโชค มีผลจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าต่างกัน การดื่มกาแฟขึ้นอยู่กับการศึกษาาระดับสูง และรายได้ของผู้บริโภค ผู้บริโภคให้เหตุผลที่สำคัญที่สุดของการดื่มกาแฟสำเร็จรูปว่าเป็นเพราะสะดวกรวดเร็วในการจัดเตรียมมากที่สุด ช่วงเวลาที่มีการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปมากที่สุด คือ บริโภคพร้อมอาหารเช้า ผู้บริโภคส่วนมากมีกาแฟสำเร็จรูปไว้ประจำครอบครัว โดยจะมีไว้บริโภคภายในครอบครัวและมีไว้รับรองแขก สีส้มของกาแฟสำเร็จรูปที่มีผู้บริโภคมกที่สุด คือ เนสกาแฟ ผู้บริโภคจะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปอย่างน้อย 1 แก้วต่อวัน และปริมาณการบริโภคขึ้นอยู่กับ เพศ อายุ การศึกษาและรายได้ ผู้บริโภคกาแฟสำเร็จรูปส่วนมาก มีความภักดีต่อสินค้า สถานที่ที่ผู้บริโภคไปเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปบ่อย คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต เพราะความสะดวกต่อการเดินทาง สำหรับผู้บริโภคที่ไม่บริโภคกาแฟสำเร็จรูปเพราะไม่ชอบและคิดว่ากาแฟเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พุกษชาติ เหมทวารวิบูล (2532) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟเมล็ดคั่ว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชายและเป็นโสดมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาและมีรายได้สูง ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคนั้นผู้บริโภคจะติดใจในรสชาติของกาแฟ มีปริมาณการดื่ม 1-3 แก้วต่อวัน โดยผู้บริโภคจะทราบถึงความแตกต่างระหว่างกาแฟเมล็ดคั่วและกาแฟสำเร็จรูป ส่วนปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภค พบว่าเป็นลูกค้าประจำที่ดื่มกาแฟไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 4 วัน เนื่องจากร้านกาแฟอยู่ใกล้บ้าน ส่วนผู้บริโภคที่ไม่ได้เป็นลูกค้าประจำของร้านกาแฟใดเลยเพราะไม่สะดวกในด้านต่าง ๆ สำหรับราคาของกาแฟนั้นผู้บริโภคเห็นว่าราคากาแฟแก้วละ 10 บาทเหมาะสมดีแล้ว และคิดว่าสื่อโฆษณาไม่มีผลต่อการบริโภคกาแฟ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2532) ได้จัดทำหนังสือเรื่องนโยบายการพัฒนากาแฟอาราบิก้า ปี 2532 ได้ผลสรุปว่ากาแฟพันธุ์อาราบิก้าเป็นพันธุ์ที่ปลูกได้ดีในสภาพพื้นที่สูงทางภาคเหนือของประเทศไทย ในปัจจุบันความต้องการกาแฟพันธุ์อาราบิก้าสูงขึ้นเรื่อย ๆ แต่ปริมาณผลผลิตยังมีน้อยอยู่ การผลิตในปัจจุบันยังขาดการใช้เทคโนโลยี ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพัฒนากาแฟอาราบิก้าเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ในด้านการปลูกเพื่อทดแทนมันก็เป็นการเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรด้วย ในด้านการการตลาด มีการนำเข้ากาแฟอาราบิก้าในรูปแบบกาแฟสำเร็จรูป โดยปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และมูลค่านำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ด้านการส่งออก จำนวน 80 ตัน คิดเป็นมูลค่า 8.0 ล้านบาท สำหรับปัญหาต่างๆ มีปัญหาด้านการผลิต ซึ่งเกิดจากการขาดแคลนพันธุ์กาแฟที่มีคุณภาพ เกษตรกรขาดความรู้และเงินทุน การถ่ายทอดเทคโนโลยีไปยังเกษตรกรยังมีไม่มากนัก ส่วนปัญหาด้านการตลาดมีการลักลอบนำเข้ากาแฟอาราบิก้าจากพม่า เขมร และลาว รวมทั้งตามชายแดนภาคใต้ด้วย ทางด้านนโยบายและมาตรการที่สำคัญในด้านการผลิตมีโครงการพัฒนา และส่งเสริมการปลูกกาแฟในภาคเหนือ กำหนดเขตเกษตรเศรษฐกิจและจดทะเบียนผู้ปลูกกาแฟ ในปี 2525 ส่วนด้านการตลาดรัฐบาลได้ห้ามนำเข้ากาแฟสำเร็จรูป ตั้งแต่ปี 2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ จากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ดื่มกาแฟสำเร็จรูปโดย

1.1.1 การสร้างแบบสอบถาม มีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม การทดสอบแบบสอบถาม (pre-test) จำนวน 10 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อค้นหาข้อบกพร่องพร้อมทั้งปรับปรุงเพื่อเป็นแบบสอบถามที่เหมาะสม และตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาโดยแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ตอนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นจากผู้บริโภค

1.1.2 การสุ่มตัวอย่าง เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) จากจำนวนประชากร 2 ตำบล คือ ตำบลหาดใหญ่ และตำบลคลองสี่ย โดยจะสุ่มมาดังนี้

จากจำนวนประชากรในต.หาดใหญ่ ประมาณ 25,600 คน สุ่มมา 0.3% เท่ากับ 77 ราย

จากจำนวนประชากรในต.คลองสี่ย ประมาณ 10,500 คน สุ่มมา 0.3% เท่ากับ 32 ราย

รวมจำนวนประชากรตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด 109 ราย

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่รวบรวมไว้แล้ว
จากหน่วยงานของเอกชน และรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมศุลกากร กระทรวง

อุตสาหกรรม กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการเกษตร ข้าราชการ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในหนังสือพิมพ์ ตลอดจนปัญหาพิเศษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง
กับงานวิจัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติอย่างง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์
ให้ได้ครบจำนวน และนำไปตรวจสอบความถูกต้อง ลงรหัสข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์
โดยเสนอผลการวิเคราะห์เป็นตารางและคำร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

สภาพเศรษฐกิจและสังคมของ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

อำเภอหาดใหญ่ เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีพื้นที่ 21 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณร้อยละ 0.3 ของพื้นที่จังหวัดสงขลา พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง มีภูเขาป่าไม้ ส่วนในบริเวณตัวเมืองเป็นที่ราบลุ่มกว้างใหญ่ประมาณร้อยละ 30.58 ใช้ที่ดินนี้เป็นย่านพาณิชยกรรมซึ่งเป็นสัดส่วนการใช้ที่ดินสูงสุด ส่วนบริเวณอุตสาหกรรมตั้งกระจายนอกเมือง ลักษณะภูมิอากาศทั่วไป มี 2 ฤดู คือ ฤดูฝน และฤดูแล้ง ส่วนใหญ่ฝนจะตกเกือบตลอดปี ซึ่งสามารถสรุปสภาพเศรษฐกิจและสังคมอย่างย่อ ๆ ได้ดังนี้ (ฝ่ายวิเคราะห์นโยบายและแผนพัฒนา สำนักปลัดเทศบาลหาดใหญ่ , 2530-2534)

ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจ

1. การเกษตรกรรม

ประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลอำเภอหาดใหญ่ จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ยางพารา ข้าว และผลไม้ คิดเป็นพื้นที่การเกษตรทั้งสิ้นร้อยละ 20.1 ของพื้นที่การถือครองการเกษตรทั้งจังหวัด

2. การค้าและพาณิชยกรรม

จากการที่ อำเภอหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางของการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ที่ใช้ในการติดต่อกับอำเภอ จังหวัดในภาคใต้ และเมืองสำคัญในประเทศมาเลเซีย จึงมีอิทธิพลทำให้สภาพเศรษฐกิจหันไปทางด้านการค้าขาย บริการที่หนัก บริการด้านขนส่ง และบริการความบันเทิง ประชากรถึงประมาณร้อยละ 79.8 ประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพค้าขายและบริการ อาชีพรอมมา ได้แก่ อาชีพเกษตรกรรม และอุตสาหกรรม ประเภทต่าง ๆ อำเภอหาดใหญ่ถือว่าเป็นศูนย์กลางการค้าที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัด การประกอบ การค้าโดยทั่วไป มีทั้งการค้าส่ง และการค้าปลีก สินค้าหลักที่ทำการซื้อขายกัน ในอำเภอหาดใหญ่ คือ ยางพารา ซึ่งตลาดยางพาราในอำเภอหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลาง การติดต่อซื้อขาย มีการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศปีหนึ่ง ๆ ประมาณ 133 ล้านกิโลกรัม มูลค่าประมาณ 3,000 ล้านบาท โดยส่งไปจำหน่ายยังประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา สินค้ารอมมา ได้แก่ แร่ดีบุก วุลแฟรม ผลไม้ เป็นต้น สินค้าที่ นำเข้าอำเภอหาดใหญ่ที่สำคัญ คือ ข้าวสาร น้ำตาล บุหรี่ น้ำมัน ถั่ว น้ำมัน เชื้อเพลิง ฯลฯ ซึ่งนำมาจาก กรุงเทพฯ เป็นส่วนใหญ่เพื่อการบริโภคและอุปโภค

3. การอุตสาหกรรม

ในอำเภอหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมของจังหวัดสงขลา ถึงแม้ว่า การประกอบกิจการอุตสาหกรรม มีความสำคัญรองจากพาณิชย์กรรมและธุรกิจ มีโรงงาน อุตสาหกรรมผลิตโลหะ ประมาณร้อยละ 22 โรงงานอุตสาหกรรมเครื่องกล ประมาณ ร้อยละ 16 และโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตอาหาร ประมาณร้อยละ 13 ของทั้งอำเภอ

4. การท่องเที่ยวและการบริการที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ มีลักษณะแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยว อื่น ๆ โดยพิจารณาถึงแหล่งทัศนอาร เพื่อชมวิวกวทัศน์ วัฒนธรรมต่าง ๆ เพราะ ปัจจุบันหาดใหญ่ยังมีสิ่งเหล่านี้ไม่มากนัก แต่โดยที่หาดใหญ่เป็นศูนย์กลาง การคมนาคม จึงมีนักท่องเที่ยวภายในประเทศมาหาดใหญ่ เพื่อซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ เป็น การค้าประเภทเครื่องไฟฟ้า ที่มีราคาถูก สำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ ใช้เวลาว่างในการพักผ่อน ในอำเภอหาดใหญ่ ตามสถาน บริการเรียมย์ต่าง ๆ ซึ่งทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนไม่น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะทางด้านสังคม

1. ประชากร

โครงสร้างประชากรทางเพศ และอายุ ในเขตเทศบาลเมืองหาดใหญ่เป็นรูปปิรามิด ที่มีฐานกว้าง ซึ่งเป็นลักษณะโครงสร้างของประเทศที่กำลังพัฒนา ประชากรในช่วงอายุ 1-14 ปี มีจำนวนมาก ทำให้อัตราส่วนผู้ที่พึ่งตัวเองไม่ได้ทางเศรษฐกิจสูง คือ ประชากรในวัยแรงงาน (15-59 ปี) ต้องรับภาระเลี้ยงดูเด็ก (14 ปี) และคนชรา (59 ปี) อยู่ในอัตรา 51.9:48.3

ประชากรในเขตเทศบาลเมืองหาดใหญ่ จะประกอบอาชีพ พาณิชยกรรม อุตสาหกรรมก่อสร้างและอื่น ๆ ประชากรที่ทำการเกษตรมีน้อยมาก ทำให้ประชากรของอำเภอหาดใหญ่หนาแน่นอยู่ในบริเวณที่ ประกอบการค้า พาณิชยกรรม และพบว่า มีประชากรนอกเขตเทศบาล และต่างอำเภอ ต่างจังหวัดใกล้เคียงเข้ามารับจ้างเป็นครั้งคราว ตามฤดูกาล ประมาณร้อยละ 80 อยู่ในบริเวณย่านพาณิชยกรรม และอยู่ริมถนนใหญ่ เช่น ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2 และ 3 ถนนเพชรเกษม และสี่กักร้อยละ 20 อยู่กระจัดกระจายรอบบริเวณที่เป็นสวนเป็นนา

2. ด้านการแพทย์และสาธารณสุข

การบริการด้านสาธารณสุขในเขตเทศบาล และบริเวณใกล้เคียง ปัจจุบันมีหน่วยงานที่ให้บริการด้านสาธารณสุข คือ โรงพยาบาลหาดใหญ่ โรงพยาบาลจังหวัด โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ สังกัดกรมทหารบก นอกจากนี้ยังมีโรงพยาบาลเอกชนอีก 5 แห่ง มีสถานอนามัยอีก 4 แห่ง การบริการของศูนย์บริการสาธารณสุขของเทศบาล นอกจากการบริการในสถานที่แล้ว ยังมีหน่วยบริการเคลื่อนที่ไปบริการแก่ประชาชน ที่อยู่ห่างไกลชุมชน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การศึกษา

ใน อำเภอหาดใหญ่ มีสถานศึกษาระดับอนุบาล ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา มีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เป็นที่จัดตั้งของ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ และคณะทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งสถานการศึกษาทั้งในส่วนของภาครัฐบาลและเอกชน เป็นโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ โรงเรียนสังกัดเทศบาล โรงเรียนสังกัดคณะกรรมการศึกษาเอกชน และทบวงมหาวิทยาลัย

4. ศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม 70 นับถือศาสนาพุทธ นอกจากนั้นนับถือศาสนาฮินดูและศาสนาอื่น ๆ จำนวนสถาบันทางศาสนา ในอำเภอหาดใหญ่ มีดังนี้ คือ วัด 5 วัด สำนักสงฆ์ 18 แห่ง โบสถ์คริสต์เตียน 2 โบสถ์ โบสถ์คริสต์ตั้ง 1 โบสถ์ จำนวนศาลเจ้า 4 แห่ง โรงเจ 4 แห่ง และมีฮัจญ์อิสลาม 25 แห่ง ชาวท้องถิ่นทั่วไป ได้รับขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเพณีที่เกี่ยวกับทางศาสนา ได้แก่ ประเพณีการชักพระ การทำบุญวันสารทเดือนสิบ วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ พิธีลอยกระทง นอกจากนี้ยังมีการละเล่น ตลอดจนถึงกีฬา หัตถ์เมืองที่ยังเป็นที่นิยมอยู่ในปัจจุบัน เช่น การชนโค รวมทั้งการชนไก่ กัดปลา ส่วนมหรสพพื้นเมืองที่เป็นที่นิยมกันมาก คือ หนังตลุง และมโนราห์

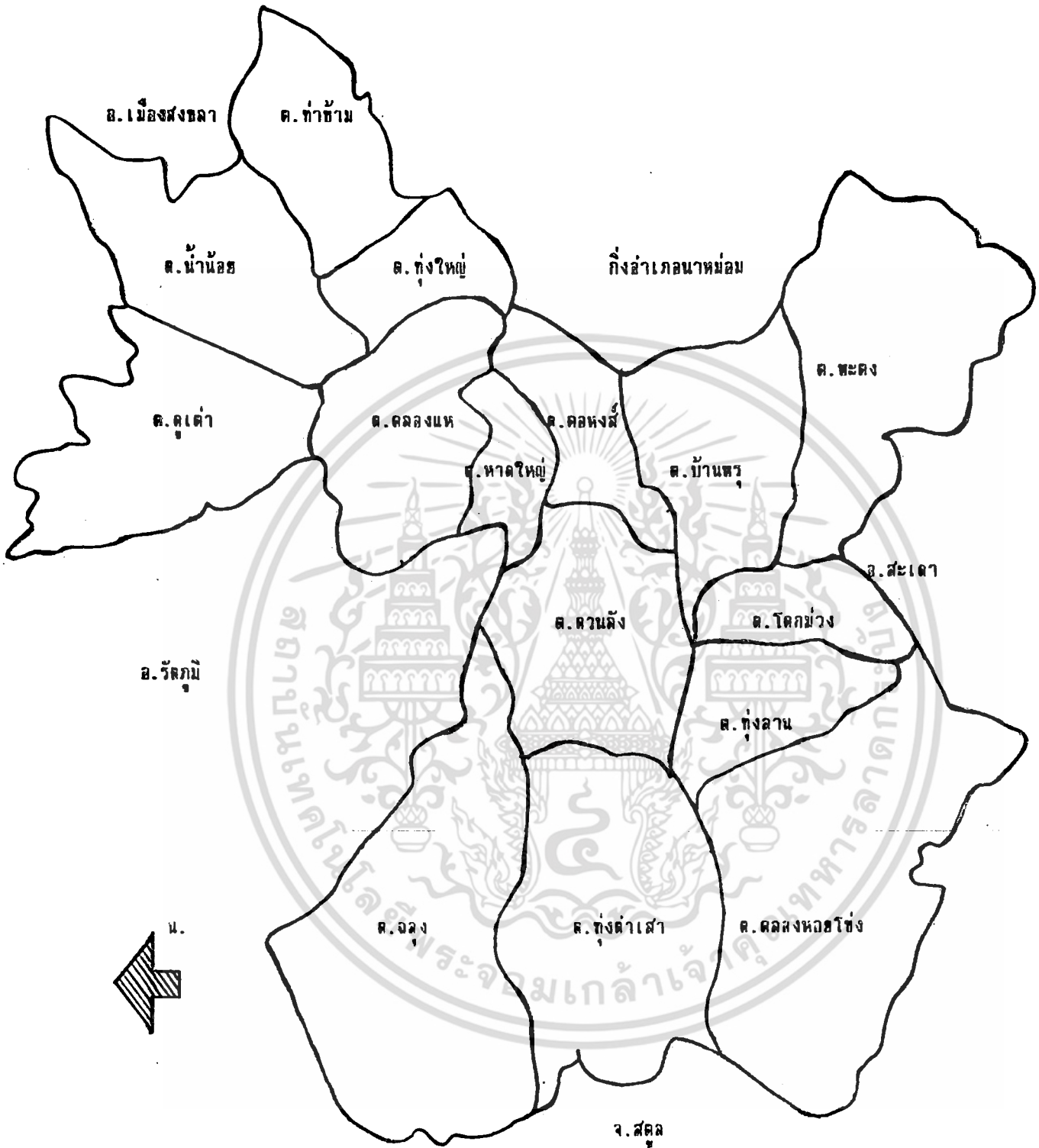
ปัญหาและแนวทางในการพัฒนา

เนื่องจากสภาพพื้นที่เมืองหาดใหญ่ เป็นเมืองศูนย์กลางของความเจริญ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม การคมนาคม จึงทำให้หาดใหญ่ประสบปัญหาต่าง ๆ มากมาย เช่น ปัญหาการจราจรในเขตเมือง ปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถนนและทางเท้าชำรุด ปัญหาการจัดเก็บและกำจัดขยะมูลฝอย ปัญหาชุมชนแออัด และ แหล่งเสื่อมโทรม ปัญหาการท่องเที่ยว และปัญหาอาเสพติด จากปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ทางเทศบาลหาดใหญ่ จึงได้จัดแนวทางพัฒนา อำเภอหาดใหญ่ ดังนี้

1. เน้นการจัดการบริการขั้นพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมให้เอื้ออำนวยต่อการขยายฐานเศรษฐกิจ และรองรับ แรงงานจากภูมิภาค โดย
 - 1.1 ให้ส่วนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและพึ่งตนเองให้มากที่สุด
 - 1.2 ส่งเสริมให้เอกชนเข้าร่วมลงทุน พัฒนาเมือง
2. ปรับปรุงการคลังส่วนท้องถิ่น ให้มีฐานรายได้เพิ่มขึ้น
 - 2.1 ปรับปรุงภาษีเดิม ได้แก่ การปรับอัตราภาษี และค่าธรรมเนียมต่าง ๆ
 - 2.2 นำระบบภาษีใหม่มาใช้ เช่น ภาษีทรัพย์สิน ภาษีมูลค่าเพิ่มที่ดิน
 - 2.3 ปรับปรุงระบบบริหารและการจัดเก็บภาษีให้มีประสิทธิภาพ
3. ใช้แผนการจัดบริการขั้นพื้นฐานควบคู่ไปกับการบังคับใช้ผังเมืองรวมเพื่อกำหนดทิศทางการขยายตัว และการใช้ที่ดินของเมืองให้ได้ผลทางปฏิบัติอย่างแท้จริง
4. เร่งรัดมาตรการส่งเสริมการลงทุน ด้านอุตสาหกรรม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ไปสู่ศูนย์ความเจริญในส่วนภูมิภาค
 - 4.1 การลดหย่อนภาษีการค้า
 - 4.2 การเพิ่มสิทธิพิเศษในการส่งเสริมการลงทุน
 - 4.3 การขยายบริการสินเชื่อ
 - 4.4 การส่งเสริมด้านเทคโนโลยีและการจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 แผนที่แสดงเขตอำเภอหาคีใหญ่ จังหวัดสงขลา

ที่มา : ผู้วิจัย เกราะหนัโยกายและแผน คำนึงได้กเทศบาล เมืองหาคีใหญ่, 2530)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ผลการศึกษา

ในการเสนอผลการศึกษา จะเสนอเป็น 4 ตอน ด้วยกัน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป
3. ปัจจัยที่มีผลกระทบบต่อการบริโภค
4. ปัญหาและความคิดเห็นในการบริโภค

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะของข้อมูลทั่วไปที่ศึกษานี้มีทั้งหมด 6 ลักษณะ คือ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะนำไปประกอบการวิเคราะห์ร่วมกับ ข้อมูลอื่น ๆ ต่อไป ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	58	53.2
หญิง	51	46.8
รวม	109	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาตาม "เพศ" พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.2 และเพศหญิงมีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.8

ตารางที่ 3 ช่วงอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
15-19	18	16.5
20-24	25	23.0
25-29	21	19.3
30-34	12	11.0
35-39	14	12.8
40-44	4	3.7
45-49	7	6.4
50 ขึ้นไป	8	7.3
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาตาม "ช่วงอายุ" พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.0 และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 40-44 ปี เป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 อายุเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เท่ากับ 27 ปี

ตารางที่ 4 สถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	69	63.3
แต่งงาน	40	36.7
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณา ตาม "สถานภาพ" พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด มีจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.3 และอยู่ในสถานภาพแต่งงาน มีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7

ตารางที่ 5 ระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยได้รับการศึกษา	3	2.8
กำลังศึกษาชั้น		
มัธยมปลาย, ปวช.	2	1.8
อนุปริญญาตรี, ปวส.	2	1.8
ปริญญาตรี	30	27.5
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.9

จบการศึกษา
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	10	9.2
มัธยมต้น	11	10.1
มัธยมปลาย, ปวช.	22	20.2
อนุปริญญาตรี, ปวส.	9	8.3
ปริญญาตรี	19	17.4
รวม	109	100.0

ตารางที่ 6 ตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	30	27.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	27	24.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	19.2
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	16	14.7
รับราชการ	10	9.2
แม่บ้าน	5	4.6
รวม	109	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 5 เมื่อพิจารณาตาม "ระดับการศึกษา" พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี มีมากที่สุด มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.5 ส่วนผู้ที่จบการศึกษาในระดับมัธยมปลาย และปวส. มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.2 ส่วนผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษา มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.8

จากตารางที่ 6 เมื่อพิจารณาตาม "อาชีพ" พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.5 และผู้เป็นแม่บ้าน เป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.6

ตารางที่ 7 รายได้

รายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000	2	1.8
1,000-2,500	39	35.8
2,501-4,000	20	18.3
4,001-5,500	12	11.1
5,501-7,000	14	12.8
7,001-8,500	5	4.6
8,501-10,000	9	8.3
10,000 บาทขึ้นไป	8	7.3
รวม	109	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 7 เมื่อพิจารณาตาม "รายได้ต่อเดือน" พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 1,000-2,500 บาท/เดือน มีจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.8 ผู้ที่มีรายได้ 2,500-4,000 บาท/เดือน มีจำนวนรองลงมา มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 รายได้เฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เท่ากับ 4,865 บาทต่อเดือน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ตารางที่ 8 พฤติกรรม ชอบ และไม่ชอบ กาแฟสำเร็จรูป

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ชอบ	93	85.3
ไม่ชอบ	16	14.7
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 8 พิจารณาจาก "พฤติกรรมชอบและไม่ชอบ" แล้วจะเห็นว่าจำนวนผู้ที่ชอบกาแฟสำเร็จรูป มีจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.3 ส่วนผู้ที่ไม่ชอบกาแฟสำเร็จรูป มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.7

ตารางที่ 9 ชื่อของกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภค มากที่สุด

ชื่อ	จำนวน	ร้อยละ
เนสกาแฟ	77	70.7
มอคโคน่า	19	17.4
เทสเตอร์ช้อยส์	8	7.3
เซาซ็อง	3	2.1
แม็กซิม	2	1.8
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 9 เมื่อพิจารณาจาก "ชื่อของกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคมากที่สุด" จะเห็นว่า ชื่อ "เนสกาแฟ" เป็นชื่อที่มีผู้บริโภคมากที่สุด มีจำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.7 ส่วนชื่อที่มีผู้น้อยที่สุด คือ ชื่อ "แม็กซิม" มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมาก จะ "ไม่เจาะจง" คั่วกาแฟสำเร็จรูปชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ มีจำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 กาแฟสำเร็จรูปชนิด "ไม่สกัดแคฟเฟอีน" มีผู้เจาะจงคั่ว จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7 และกาแฟสำเร็จรูปชนิด "สกัดแคฟเฟอีน" มีผู้เจาะจงคั่ว จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.8

เหตุผลของผู้ที่เจาะจงดื่มกาแฟสำเร็จรูป "ชนิดไม่สกัดกาแฟอื่น" ส่วนมากจะตอบว่า กาแฟสำเร็จรูปชนิดนี้มีรสชาติดีกว่าชนิดสกัดกาแฟอื่น และเหตุผลที่รองลงมาคือ ช่วยคลายเครียด แก้ง่วง เป็นเพราะความเคยชิน และราคาถูกกว่าชนิดสกัดกาแฟอื่น

เหตุผลของผู้ที่เจาะจงดื่มกาแฟสำเร็จรูป "ชนิดสกัดกาแฟอื่น" ส่วนมากตอบว่า ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

ตารางที่ 10 ชนิดกาแฟสำเร็จรูปที่เจาะจงดื่ม

ชนิดสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เจาะจง	67	61.5
ไม่สกัดกาแฟอื่น	28	25.7
สกัดกาแฟอื่น	14	12.8
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 11 เมื่อพิจารณาตาม "เพศ" พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจะเจาะจงบริโภคกาแฟสำเร็จรูป "ชนิดไม่สกัดกาแฟอื่น" จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.5 ซึ่งมีจำนวนมากกว่าเพศหญิง มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.2 ส่วนกาแฟสำเร็จรูป "ชนิดสกัดกาแฟอื่น" เพศหญิงจะเจาะจงบริโภคกาแฟสำเร็จรูปชนิดนี้จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 มีจำนวนมากกว่าเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 5 ราย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 4.8 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ "ไม่เจาะจง" บริโภคกาแฟสำเร็จรูป ชนิดใดนั้น เพศชาย มีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.1 เพศหญิงมีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3

ตารางที่ 11 กาแฟสำเร็จรูปและเพศ

ชนิดกาแฟสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ไม่เจาะจง	35 (32.1)	32 (29.3)	67 (61.5)
ไม่สกัดกาแฟอื่น	18 (16.5)	10 (9.2)	28 (25.7)
สกัดกาแฟอื่น	5 (4.6)	9 (8.3)	14 (12.8)
รวม	58 (53.2)	51 (46.8)	28 (100.0)

หมายเหตุ : ค่าร้อยละอ่านตามแนวนิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ปริมาณการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ปริมาณการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
1 แก้ว ต่อวัน	63	59.8
2-3 แก้ว ต่อวัน	31	28.4
4-5 แก้ว ต่อวัน	4	3.7
มากกว่า 5 แก้ว ต่อวัน	1	0.9
2-6 แก้ว ต่อสัปดาห์	10	9.2
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 12 เมื่อพิจารณาจาก ปริมาณการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป จะพบว่า ผู้บริโภคส่วนมาก มีจำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.8 จะบริโภคกาแฟสำเร็จรูป 1 แก้วต่อวัน ส่วนผู้บริโภคที่มีปริมาณการบริโภคมากกว่า 5 แก้วต่อวัน เป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.9

จากตารางที่ 13 เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา แม่บ้าน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทและห้างร้าน บริโภคกาแฟสำเร็จรูป 1 แก้วต่อวัน เป็นจำนวนมากที่สุด สูงกว่าร้อยละ 50 ทั้งสิ้นซึ่งคิดเป็นร้อยละ 76.7 100.0 60.0 62.5 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวจะบริโภค 2-3 แก้วต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 44.5 เป็นจำนวนมากที่สุด สำหรับผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจจะบริโภค 1 แก้วต่อวัน และ 2-3 แก้วต่อวัน เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ปริมาณการบริโภคและอาชีพ

ปริมาณ บริโภค	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	แม่บ้าน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	บริษัท ห้างร้าน	รวม
1 แก้วต่อวัน	23 (76.7)	5 (100.0)	11 (40.7)	6 (60.0)	8 (38.1)	10 (62.5)	63 (57.8)
2-3 แก้วต่อวัน	3 (10.0)	0 (00.0)	12 (44.5)	2 (20.0)	8 (38.1)	6 (37.5)	31 (28.4)
4-5 แก้วต่อวัน	0 (00.0)	0 (00.0)	2 (7.4)	0 (00.0)	2 (9.5)	0 (00.0)	4 (3.7)
5 แก้วต่อวันขึ้นไป	0 (00.0)	0 (00.0)	0 (00.0)	1 (100.0)	0 (00.0)	0 (00.0)	1 (0.9)
2-6 แก้วต่อสัปดาห์	4 (13.3)	0 (00.0)	2 (7.4)	1 (10.0)	3 (14.3)	0 (00.0)	10 (9.2)
รวม	30 (100.0)	5 (100.0)	27 (100.0)	10 (100.0)	21 (100.0)	16 (100.0)	109 (100.0)

หมายเหตุ : ค่าร้อยละอ่านตามแนวนิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
เช้า	61	38.0
สาย	4	2.5
กลางวัน	6	3.6
บ่าย	17	10.7
เย็น	8	5.0
ดึก	30	18.7
ไม่จำกัดเวลา	35	21.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 เมื่อพิจารณาตาม "ช่วงเวลา" ที่บริโภคกาแฟสำเร็จรูป พบว่า "ช่วงเวลาเช้า" เป็นช่วงเวลามีการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปมากที่สุด เป็นจำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ ผู้บริโภค "ไม่จำกัดเวลา" "ช่วงดึก" "ช่วงบ่าย" "ช่วงกลางวัน" และ "ช่วงสาย" ตามลำดับ

จากตารางที่ 15 เมื่อพิจารณาจาก "ช่วงเวลา" บริโภคกาแฟสำเร็จรูป กับ "อาชีพ" พบว่า นักเรียนและนักศึกษาจะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปในช่วงดึกมากที่สุด เป็นจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.5 ส่วนอาชีพแม่บ้าน ประกอบธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทและห้างร้าน บริโภคกาแฟสำเร็จรูปในช่วงเช้ามากที่สุด คือคิดเป็นร้อยละ 28.6 50.0 46.2 40.6 39.2 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 ช่วงเวลาการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปกับอาชีพ

ช่วงเวลา	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	แม่บ้าน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	บริษัท ห้างร้าน	รวม
เช้า	9 (21.9)	2 (28.6)	20 (50.0)	6 (46.2)	15 (40.5)	9 (59.2)	61 (38.0)
สาย	0 (00.0)	1 (14.3)	2 (5.0)	0 (00.0)	1 (2.7)	0 (00.0)	4 (2.5)
กลางวัน	1 (2.4)	0 (00.0)	1 (2.5)	0 (00.0)	3 (8.1)	1 (4.3)	6 (3.6)
บ่าย	2 (4.9)	2 (28.6)	5 (12.5)	1 (7.7)	5 (13.5)	2 (8.7)	17 (10.7)
เย็น	0 (00.0)	1 (14.3)	2 (5.0)	1 (7.7)	4 (10.8)	0 (00.0)	8 (5.0)
ดึก	17 (41.5)	0 (00.0)	3 (7.5)	2 (15.4)	4 (10.8)	4 (17.4)	30 (18.7)
ไม่จำกัดเวลา	12 (29.3)	1 (14.3)	7 (17.5)	3 (23.0)	5 (13.5)	7 (30.4)	35 (2.5)
รวม	41 (100.0)	7 (100.0)	40 (100.0)	13 (100.0)	37 (100.0)	23 (100.0)	161 (100.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 ส่วนผสมที่ใช้ปรุงแต่งรสชาติ ของกาแฟสำเร็จรูป

รายการของส่วนผสม	จำนวน	ร้อยละ
น้ำตาล	81	41.1
ครีมเทียม	70	35.5
นม	46	23.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 "ส่วนผสม" ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ปรุงแต่งรสชาติของกาแฟสำเร็จรูปมากที่สุด คือ "น้ำตาล" อันดับรองลงมา คือ "ครีมเทียม" และ "นม" ตามลำดับ

ตารางที่ 17 กลุ่มของส่วนผสมที่ใช้ปรุงแต่งรสชาติของกาแฟสำเร็จรูป

กลุ่มของส่วนผสม	จำนวน	ร้อยละ
นม	18	16.5
น้ำตาล	11	10.0
ครีมเทียม	3	2.8
น้ำตาลและครีมเทียม	46	42.2
น้ำตาลและนมและครีมเทียม	11	10.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 (ต่อ)

กลุ่มของส่วนผสม	จำนวน	ร้อยละ
น้ำตาลและนม	7	6.4
นมและครีมเทียม	4	3.7
ไม่เติมส่วนผสมใด ๆ	3	2.8
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มของ "ส่วนผสม" ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการปรุงแต่งรสชาติของกาแฟสำเร็จรูปมากที่สุดคือ "น้ำตาลและครีมเทียม" มีจำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.2 ซึ่งมีจำนวนมากกว่าส่วนผสมอื่น ๆ มาก

จากตารางที่ 18 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 33 บริโภคกาแฟสำเร็จรูปเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นจำนวนมากที่สุด และบริโภคแบบเกอร์รี่ ปาท่องโก๋ รองลงมาตามลำดับ

จากตารางที่ 19 เมื่อพิจารณาจาก "ลักษณะการบริโภค" พบว่า ผู้บริโภคจะบริโภคตามลำพัง มีจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.3 อันดับรองลงมา คือ ผู้บริโภคจะบริโภคร่วมกับเพื่อน ๆ และบุคคลในครอบครัว ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ช่องว่างที่บริโภคกับกาแฟสำเร็จรูปมากที่สุด

ช่องว่าง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	36	33.0
เบเกอรี่	28	25.7
ปากท้องโก๋	27	24.8
ขนมขบเคี้ยว	14	12.8
หลาย ๆ อย่าง	4	3.7
รวม	109	100.0

ตารางที่ 19 ลักษณะการบริโภค

ลักษณะการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน ๆ	35	32.1
บริโภคตามลำพัง	45	41.3
บุคคลในครอบครัว	29	26.6
รวม	109	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 อาการหลังการบริโภค

อาการหลังการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
หายง่วง สดชื่น กระปรี้กระเปร่า	55	39.5
สมองสั่งการได้ดีขึ้น	15	10.8
นอนหลับสบาย	8	5.8
นอนไม่หลับ	15	10.8
หัวใจเต้นเร็ว ใจสั่น	12	8.6
มึนงง วิงเวียนศีรษะ	6	4.4
ไม่พบอาการใด ๆ	28	20.1

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 20 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความรู้สึกหลังการบริโภค กาแฟสำเร็จรูป ในทางที่ดี เช่น สดชื่น กระปรี้กระเปร่า สมองสั่งการได้ดี ส่วนความรู้สึกในทางที่ไม่ดี เช่น นอนไม่หลับ หัวใจเต้นเร็ว มึนงง วิงเวียนศีรษะ

จากตารางที่ 21 ผู้บริโภคกาแฟสำเร็จรูป จำนวน 66 ราย คิดเป็น ร้อยละ 60.6 จะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปต่อไป ผู้บริโภค 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.0 จะลดการบริโภคลง และผู้บริโภค 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4 จะเลิกการบริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 23,24 เมื่อพิจารณาจากสถานที่ซื้อกาแฟสำเร็จรูป พบว่า สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อกาแฟสำเร็จรูปมากที่สุด คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.6 เพราะคิดว่า สะดวกมากที่สุด และอันดับรองลงมา คือผู้บริโภคซื้อจากตลาดกิมหยง จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7 เพราะคิดว่าซื้อได้ราคาถูกมากที่สุด ส่วนสถานที่ที่ผู้บริโภคใช้บริการน้อยที่สุด คือ ตามด่านชายแดนภาคใต้ มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.6

ตารางที่ 23 สถานที่ที่ซื้อกาแฟสำเร็จรูปมากที่สุด

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ซูเปอร์มาร์เก็ต	53	48.6
ตลาดกิมหยง	28	25.7
ร้านขายของชำทั่วไป	15	13.8
ย่านถนนนิพัทธ์อุทิศ 3	7	6.4
ตามด่านชายแดนภาคใต้	5	4.6
ไม่จำกัดสถานที่	1	0.9
รวม	109	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 สาเหตุที่เลือกซื้อจากสถานที่นั้น

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
สะดวก	46	32.2
ซื้อได้ราคาถูก	38	26.6
มีพื้นที่และขนาดให้เลือกมาก	29	20.2
ซื้อเป็นประจำ	28	19.6
คิดว่าเป็นของแท้	2	1.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 25 เมื่อพิจารณาจากสถานที่ที่ซื้อกาแฟสำเร็จรูปมากที่สุด
กับระดับการศึกษา จะเห็นว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะซื้อ
กาแฟสำเร็จรูป ในซูเปอร์มาร์เก็ต มากขึ้น ผู้บริโภคที่มีการศึกษาตั้งแต่ ประถมศึกษา
ขึ้นไป จะซื้อกาแฟสำเร็จรูปจากตลาดกิมหยง ในจำนวนร้อยละ เท่า ๆ กัน

ตารางที่ 25 สถานะข้อกาผลสำเร็จรูปมากที่สุด กับ ระดับการศึกษา

สถานข้อ	ระดับการศึกษา							รวม
	ไม่ได้รับ การศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยม- ต้น	มัธยมปลาย ปวช.	อนุปริญญา- ตรี, ปวส.	ปริญญา- ตรี	สูง กว่า	
สุปเปอร์ฯ	3 (100.0)	3 (30.0)	4 (36.4)	12 (50.0)	6 (54.6)	24 (48.9)	1 (100.0)	53 (48.6)
กิมทอง	0 (00.0)	3 (30.0)	3 (27.2)	4 (16.7)	3 (27.2)	15 (30.6)	0 (00.0)	28 (25.7)
สาธ 3	0 (00.0)	0 (00.0)	1 (9.2)	1 (4.2)	1 (9.1)	4 (8.2)	0 (00.0)	7 (6.4)
ทองซ่า	0 (00.0)	4 (40.0)	3 (27.2)	5 (20.7)	1 (9.1)	2 (4.1)	0 (00.0)	15 (13.8)
ค่านชายแดน	0 (00.0)	0 (00.0)	0 (00.0)	1 (4.2)	0 (00.0)	4 (8.2)	0 (00.0)	5 (4.6)
ไม่จำกัด	0 (00.0)	0 (00.0)	0 (00.0)	1 (4.2)	0 (00.0)	0 (00.0)	0 (00.0)	1 (0.9)
รวม	3	10	11	24	11	49	1	109
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

หมายเหตุ : ค่าร้อยละอ่านตามแนวตั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ตารางที่ 26 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติดี	55	32.7
ความสะดวก	43	25.6
ความเคยชิน	39	23.2
ช่วยให้คลิกคักแก้ง่วง	21	12.5
ช่วยให้เข้าสังคมได้ดี	8	4.8
เป็นของว่าง	2	1.2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 26 เมื่อพิจารณาจาก "ปัจจัย" ที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากบริโภคกาแฟสำเร็จรูป เพราะ รสชาติดี ซึ่งมีจำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.7 ส่วนปัจจัยรองลงมา คือ ความสะดวกในการบริโภค ความเคยชิน ช่วยให้เกิดคักแก้ง่วง ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
รสนิยม	67	61.5
ความเคยชิน	25	22.9
บุคคลในครอบครัวบริเวณ	12	11.0
ราคาถูก	3	2.8
หาซื้อง่าย	2	1.8
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 27 เมื่อพิจารณาจาก ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป พบว่าผู้บริโภคส่วนมากเลือกซื้อที่นั่น เพราะชอบในรสนิยม มีจำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดต่อการเลือกซื้อที่นั่น คือ สามารถหาซื้อง่าย มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8

ความภักดีของสินค้า หมายถึง พฤติกรรมที่ปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ คงเส้นคงวา ในการซื้อสินค้าที่ใดที่หนึ่งซ้ำครั้งอยู่เป็นประจำ และยืนยันแน่นอนที่จะต้องใช้ที่สินค้านั้น ไม่ยอมเปลี่ยนใจไปรับซื้อที่อื่น ถ้าแหล่งซื้อที่ไปถึงไม่มี ก็พร้อมที่จะไปแสวงหาแหล่งซื้อจากที่อื่น ๆ ต่อไปอีก การศึกษารังนี้ จะแบ่งความภักดีของสินค้าออกเป็น 3 ระดับ คือ

ถ้าแหล่งซื้อที่ไปถึงไม่มีสินค้าหรือที่ต้องการ และผู้ซื้อพร้อมที่จะไปแสวงหาซื้อจากแหล่งอื่น ๆ ต่อไปอีก จะจัดว่า "มีความภักดีต่อสินค้ามาก" แต่ถ้าผู้ซื้อไม่พร้อมที่จะไปแสวงหาซื้อ จะรอกลับมาซื้อใหม่ในครั้งต่อไปอีก จะจัดว่า "มีความภักดีต่อสินค้าปานกลาง" และถ้าผู้ซื้อเปลี่ยนใจไปซื้อที่อื่นแทน จะจัดว่า "มีความภักดีต่อสินค้าน้อย"

ตารางที่ 28 ความภักดีต่อยี่ห้อกาแฟสำเร็จรูป

ความภักดี	จำนวน	ร้อยละ
มาก	43	39.4
ปานกลาง	10	9.2
น้อย	56	51.4
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ "มีความภักดีต่อสินค้ามาก" มีจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.4 "มีความภักดีต่อสินค้าปานกลาง" มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.2 และ "มีความภักดีต่อสินค้าน้อย" มีจำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.4

ตารางที่ 29 **มูลเหตุจูงใจในการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป**

มูลเหตุจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลในครอบครัวบริโภค	48	44.0
เพื่อนชักชวน	22	20.2
ดูจากโฆษณา	12	11.0
ไม่มีมูลเหตุจูงใจ	10	9.2
ชอบรสชาติ	7	6.4
มีสิ่งจูงใจ เช่น การลด แลก แจก แถม	4	3.7
เข้าสังคม	3	2.6
สะดวกต่อการบริโภค	3	2.6
รวม	109	100.0

จากตารางที่ 29 **มูลเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถาม** **บริโภค**
กาแฟสำเร็จรูปมากที่สุด คือ **บุคคลในครอบครัวบริโภค** เป็นจำนวน **48** **ราย** คิดเป็น
ร้อยละ 44 ส่วนมูลเหตุจูงใจรองลงมา คือ **เพื่อนชักชวน** **ดูจากโฆษณา** ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นต่อกาแฟสำเร็จรูป

ตารางที่ 30 ปัญหาการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พบปัญหาใด ๆ	59	51.3
ต้องบริโภคเป็นประจำ	26	22.6
รสชาติดี	17	14.8
มีการปลอมปนไม่ได้มาตรฐาน	13	11.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ "ไม่พบปัญหาในการบริโภค" กาแฟสำเร็จรูป มีจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.3 ซึ่งมีจำนวนที่มากกว่าปัญหาอื่น ๆ มาก

จากตารางที่ 31 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ "ไม่พบปัญหาในการเลือกซื้อ" กาแฟสำเร็จรูป มีจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหามักจะเป็นปัญหา ดังนี้ คือ ราคากาแฟต่างกันในแต่ละแห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.6 ราคากาแฟเปลี่ยนแปลงขึ้นลงเสมอ คิดเป็นร้อยละ 14.6

ตารางที่ 31 ปัญหาในการซื้อกาแฟสำเร็จรูป

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พบปัญหาใด ๆ	52	40.0
ราคากาแฟต่างกันในแต่ละแห่ง	32	24.6
มีสีหือและขนาดให้เลือกมาก	21	16.2
ราคากาแฟเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ	19	14.6
ไม่สามารถซื้อหือที่ต้องการได้	4	3.1
มีการปลอมปนไม่ได้มาตรฐาน	2	1.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ในส่วนของการซื้อกาแฟสำเร็จรูป เพื่อให้สามารถวัดระดับความคิดเห็นได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ให้คะแนนเป็น 3 ระดับ ดังนี้ เห็นด้วย 3 คะแนน ไม่แน่ใจ 2 คะแนน และ ไม่เห็นด้วย 1 คะแนน โดยวัดจากคะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ยต่อชุด

ตารางที่ 32 ความคิดเห็นต่อกาแฟสำเร็จรูปคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย

ความคิดเห็น	เห็นด้วย (3 คะแนน)	ไม่แน่ใจ (2 คะแนน)	ไม่เห็นด้วย (1 คะแนน)	รวม	
				เฉลี่ย	ต่อชุด
เป็นเครื่องดื่มธรรมดาสำหรับคนทั่วไป	240	16	21	277	2.54
เป็นเครื่องดื่มของผู้ใหญ่	243	8	24	275	2.52
เป็นเครื่องดื่มที่ดื่มได้เป็นประจำทุกวัน	207	18	31	256	2.35
เป็นเครื่องดื่มที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	189	58	17	264	2.42
เป็นเครื่องดื่มของคนนอนดึก	174	36	33	243	2.23
เป็นเครื่องดื่มของคนทันสมัย	99	24	64	187	1.72
เป็นเครื่องดื่มที่ฟุ่มเฟือย	72	46	52	170	1.56
เป็นเครื่องดื่มเพื่อสร้างบุคลิก	69	22	75	166	1.52

จากตารางที่ 32 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่างาแฟสำเร็จรูปเป็นเครื่องดื่มธรรมดาสำหรับคนทั่วไปเหมาะสำหรับผู้ใหญ่ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 2.54 และ 2.52 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้บริโภคคิดว่ากาแฟสำเร็จรูปเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ดื่มได้เป็นประจำทุกวัน เหมาะสำหรับคนนอนดึก และคนทันสมัย เป็นเครื่องดื่มที่ฟุ่มเฟือย และเพื่อสร้างบุคลิก คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 2.42 2.35 2.23 1.72 1.56

1.52 น้อยลงตามลำดับ

บทที่ 4

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยและออกแบบสอบถาม เรื่องพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีจำนวนประชากรตัวอย่าง (ผู้บริโภค) ทั้งหมด 109 ตัวอย่าง เป็นเพศชายจำนวน 58 ราย เป็นเพศหญิงจำนวน 51 ราย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี มีอายุเฉลี่ย 27 ปี ผู้บริโภคกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นโสด เป็นนักเรียน และนักศึกษา มีจำนวนมากที่สุด ผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,865 บาท สามารถสรุปผลการศึกษาได้เป็น 4 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

ตอนที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบที่จะบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ยี่ห้อที่ผู้บริโภค บริโภคบ่อยที่สุด คือ ยี่ห้อ "เนสกาแฟ" เมื่อพิจารณาจากชนิดกาแฟสำเร็จรูป คือ ชนิดไม่สกัด แคลแฟอีน และ ชนิดสกัดแคลแฟอีน พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากจะไม่เจาะจงบริโภคกาแฟสำเร็จรูปชนิดใดชนิดหนึ่ง ผู้บริโภคเพศชายจะเจาะจงบริโภคกาแฟชนิดไม่สกัดแคลแฟอีน มากกว่าเพศหญิงเพราะมีความคิดว่ารสชาติดีและเข้มข้น ส่วนกาแฟชนิดสกัดแคลแฟอีน เพศหญิงจะเจาะจงบริโภคมากกว่า เพราะคิดว่าไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ผู้บริโภคส่วนมากบริโภคกาแฟสำเร็จรูปอย่างน้อย 1 แก้วต่อวัน ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่ต้องทำงานในตอนเช้าส่วนใหญ่จะบริโภคกาแฟสำเร็จรูป 1 แก้วต่อวัน ส่วนผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวจะบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ในจำนวนค่อนข้างมาก คือ 2-3 แก้วต่อวัน โดยส่วนใหญ่จะ

บริโภคกาแฟสำเร็จรูปในตอนเช้า โดยเฉพาะผู้ที่ประกอบอาชีพที่ต้องรีบเร่งในตอนเช้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า เนื่องจากกาแฟสำเร็จรูปมีความสะดวกในการบริโภค ส่วนผู้ประกอบการ นักเรียนและไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักศึกษาจะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปในช่วงดึก โดยเฉพาะช่วงใกล้สอบ ซึ่งจะช่วยให้แก้ง่วง
 ได้ดี ผู้บริโภคจะใช้ "น้ำตาลและครีมเทียม" เป็นส่วนผสมซึ่งจากข้อนี้จะเห็นว่าในปัจจุบัน
 มีกาแฟสำเร็จรูปชนิดใหม่ คือ "กาแฟผสมสำเร็จรูป" เป็นกาแฟสำเร็จรูปที่ปรุงแต่งรสชาติ
 แล้ว สามารถชงดื่มได้ทันที โดยไม่ต้องเติมส่วนผสมอื่น ๆ อีก อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่
 ผู้บริโภคจะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปเพียงอย่างเดียว ถ้าเป็นของว่างที่บริโภคกับกาแฟ
 สำเร็จรูป ผู้บริโภคจะบริโภคกับ "ปาท่องโก๋" มากที่สุด หากพิจารณา "ลักษณะการบริโภค"
 ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปตามลำพัง และบริโภคกับเพื่อน ๆ และบุคคลใน
 ครอบครัวตามลำดับ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดี หลังการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป เช่น
 หายง่วง สดชื่นกระปรี้กระเปร่า สมองสั่งการได้ดี นอนหลับสบาย ผู้บริโภคที่บริโภค
 กาแฟสำเร็จรูปแล้ว ส่วนใหญ่จะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปต่อไปเรื่อย ๆ แต่ก็มีผู้บริโภคส่วน
 น้อยที่จะไม่บริโภคกาแฟสำเร็จรูปอีกต่อไป เพราะบอกว่ากาแฟสำเร็จรูปเป็นอันตรายต่อ
 สุขภาพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อกาแฟสำเร็จรูปเอง ถ้าไม่ได้เป็นผู้ซื้อก็จะมีคนอื่น
 ซื้อให้ เช่น ผู้ปกครอง แม่บ้าน ผู้บริโภคซื้อกาแฟสำเร็จรูปจาก ซูเปอร์มาร์เก็ต
 มากที่สุด เพราะสะดวกต่อการเดินทางและสะดวกในการเลือกซื้อ สถานที่ที่ผู้บริโภคมัก
 จะไปซื้ออีกสถานที่หนึ่ง คือ ตลาดกิมหยง ร้านขายของชำทั่วไป ถ้าพิจารณาจากสถานที่ซื้อ
 กาแฟสำเร็จรูปกับระดับการศึกษา พบว่าผู้บริโภคมักมีการศึกษาที่สูงขึ้น จะซื้อกาแฟสำเร็จรูป
 จากซูเปอร์มาร์เก็ตในอัตราที่สูงขึ้น

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคกาแฟสำเร็จรูป เพราะกาแฟสำเร็จรูปมี
 รสชาติที่ดี สะดวกในการบริโภค และเป็นความเคยชิน น้อยลงตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มี
 ผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปนั้นผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับรสชาติของกาแฟสำเร็จรูป
 เป็นส่วนใหญ่ และจะเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปเนื่องจากความเคยชินเป็นเหตุผลรองลงมา
 แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคนิยมความภักดีต่อสินค้าน้อย ซึ่งหมายถึง เมื่อผู้บริโภคไปถึง
 เอกสารประกอบสินค้าที่ส่งมอบให้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งที่จำหน่ายแล้ว ไม่สามารถซื้อกาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อที่ต้องการได้ ก็จะหาซื้อยี่ห้ออื่นแทน
 สิ่งที่เป็นมูลเหตุจูงใจที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ก็เนื่องมาจากบุคคลใน
 ครอบครัวบริโภค

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อกาแฟสำเร็จรูป

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่างาแฟสำเร็จรูป เป็นเครื่องดื่มสำหรับคน
 ธรรมดาทั่วไปโดยเฉพาะกับผู้ที่ใหญ่ซึ่งดื่มได้เป็นประจำทุกวัน มากกว่าที่จะเห็นว่างาแฟ
 สำเร็จรูปเป็นเครื่องดื่มของคนนอนดึกเป็นอันตรายต่อสุขภาพ และส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยที่ว่างา
 กาแฟสำเร็จรูปเป็นเครื่องดื่มที่พุ่มเพื่อสำหรับคนทันสมัย และเป็นเครื่องดื่มเพื่อสร้างบุคลิก

ตอนที่ 4 ปัญหาการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ส่วนใหญ่ผู้บริโภคไม่พบปัญหาในการบริโภคและปัญหาในการเลือกซื้อ แต่ผู้
 บริโภคส่วนน้อยที่พบปัญหาในการบริโภคนั้นจะเป็นปัญหาที่ต้องบริโภคเป็นประจำจนเป็นความ
 เคยชิน ส่วนผู้บริโภคที่พบปัญหาในการเลือกซื้อ มักจะพบปัญหาที่ราคากาแฟสำเร็จรูปต่างกัน
 ในแต่ละแห่ง เช่น ราคากาแฟสำเร็จรูปที่ซูเปอร์มาร์เก็ตที่อยู่ติดกัน ราคายังต่างกัน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 ตามเหตุผลที่ได้กล่าวไว้แล้วในส่วนของความสำคัญและปัญหา จากการศึกษาสามารถสรุป
 ได้ว่าผู้บริโภคในเขตที่ทำการศึกษามีพฤติกรรมคล้ายคลึงกับผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ เช่น
 ชนิดของกาแฟสำเร็จรูป ปริมาณการบริโภคต่อวัน ช่วงเวลาในการบริโภค ส่วนผสมที่ใช้
 บรรจุแต่งรสชาดกาแฟสำเร็จรูป ยี่ห้อกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคบ่อยที่สุด และเหตุผลใน
 การบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

ในส่วน of ข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยจะขอเสนอในลักษณะส่วนผสมทางการตลาด

ซึ่งมี 4 ลักษณะด้วยกันคือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนมากไม่ค่อยสนใจกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น กาแฟผสมสำเร็จรูป เป็นกาแฟที่ผสมน้ำตาลและครีมเทียม เวลาบริโภคทั้งน้ำร้อนและบริโภคได้เลย ซึ่งผู้บริโภคบอกว่าส่วนผสมนี้ไม่ถูกใจ เช่น หวานเกินไป หรือไม่เข้มข้นเท่าที่ควร ดังนั้นบริษัทที่ผลิตกาแฟชนิดนี้ควรมีการปรับปรุงส่วนผสมให้มีรสชาติที่ดี หรืออาจจะปรับปรุงในส่วนของการรสชาติกาแฟสำเร็จรูปที่ไม่ได้ผสมส่วนผสมใด ๆ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนมากให้ความสนใจในกาแฟสำเร็จรูปมากกว่าชนิดผสมสำเร็จรูปในส่วน of ผลิตภัณฑ์ในด้านอื่น ๆ นั้น ในตัวของกาแฟสำเร็จรูปผู้บริโภคยังพบว่ากาแฟมีการปลอมปน คือกาแฟมีส่วนผสมอื่น ๆ ไม่ใช่กาแฟแท้ 100 % ซึ่งบริษัทที่ผลิตก็ควรปรับปรุงในส่วนนี้ด้วย

2. ด้านราคา ราคาของกาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศถูกกว่าของต่างประเทศมาก เนื่องจากมีข้อได้เปรียบทางด้านวัตถุดิบ และภาษี เพราะกาแฟสำเร็จรูปจากต่างประเทศจะต้องเสียภาษีนำเข้าและภาษีการค้าในอัตราสูงมาก แต่ผู้บริโภคในเขตที่ทำการวิจัย มีบางส่วนที่บริโภคกาแฟสำเร็จรูปจากต่างประเทศแต่เป็นกาแฟสำเร็จรูปที่ลักลอบเข้าทางชายแดนภาคใต้ ซึ่งไม่ต้องเสียภาษี ทำให้มีราคาถูก อีกทั้งมีรสชาติที่ดี เพราะฉะนั้นในการขยายตลาดกาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศ จึงควรเน้นหนักในด้าน การรักษารสชาติและคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล ซึ่งเมื่อเป็นเช่นนี้แล้วผู้ซื้อย่อมต้องเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพแต่ราคาถูกกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ด้านช่องทางการจำหน่าย จากการวิจัย พบว่า สถานที่ที่ผู้บริโภคไปเลือกซื้อ ก๊าซแอลพีจีมากที่สุด คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต เพราะมีความสะดวกในการเลือกซื้อ แต่สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตที่ทำการวิจัยนั้น เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีขนาดกลาง จึงมีขนาดและสีห่อของก๊าซแอลพีจีให้เลือกไม่มากนัก ซึ่งถ้าได้มีการขยายขนาดของ ซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อที่จะให้มีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และขนาดให้เลือกมากขึ้นก็จะทำให้ผู้บริโภค ไปใช้บริการมากกว่าเดิมยิ่งขึ้น สถานที่อีกที่หนึ่งที่ผู้บริโภคไปใช้บริการในการเลือกซื้อ ก๊าซแอลพีจี คือ ตลาดกิมทอง ซึ่งเป็นตลาดที่มีของล้นเกล้าเข้ามาทางชายแดนภาคใต้ เป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ เครื่องใช้ไฟฟ้า ขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ รวมถึงก๊าซแอลพีจีด้วย ในตลาดกิมทองจะมีขนาดและสีห่อของก๊าซแอลพีจีให้เลือกน้อย แต่ตามที่กล่าวไว้แล้ว ในด้านของผลิตภัณฑ์ว่าก๊าซที่ล้นเกล้าเข้ามาทางชายแดนภาคใต้มีราคาถูก แต่มีคุณภาพ จึงทำให้ผู้บริโภคบางส่วนยังคงมาเลือกซื้อก๊าซแอลพีจีจากที่นี่ การที่ผู้บริโภคยังคงซื้อผลิตภัณฑ์ ที่ล้นเกล้าเข้ามาทางชายแดนภาคใต้ ทำให้ส่วนครองตลาดในประเทศลดลง ดังนั้นรัฐบาล จึงควรมีมาตรการที่เด็ดขาดในการควบคุมการล้นเกล้าเข้ามาทางชายแดนภาคใต้ เป็นต้นว่า การกำหนดโทษขั้นรุนแรงสำหรับผู้กระทำความผิด เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมก๊าซแอลพีจี ในประเทศและยังทำให้ส่วนครองตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นอีกด้วย

4. ในด้านการโฆษณา ทางภาครัฐบาลก็ควรมีการโฆษณาให้ผู้บริโภคเห็นว่า ก๊าซแอลพีจีที่ผลิตในประเทศมีรสชาติดี เทียบกับของต่างประเทศ และในส่วน ของบริษัทที่ผลิตก๊าซแอลพีจีก็ควรมีการโฆษณาให้เห็นถึงคุณภาพที่ควบคู่กับราคาของ ก๊าซแอลพีจีที่ไม่แพงจนเกินไป รวมทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ด้วย

เนื่องจากอุตสาหกรรมก๊าซแอลพีจีในประเทศไทย ได้มีการพัฒนาเป็น ระยะเวลานานพอสมควร แต่ปรากฏว่ายังคงมีการนำเข้ามาจากต่างประเทศ รวมถึงการล้นเกล้าเข้ามาทางชายแดนภาคใต้ จึงทำให้ส่วนแบ่งการตลาด ของผู้ผลิตในประเทศถดถอยไป ดังนั้นถ้าผู้ผลิตทราบความต้องการของผู้บริโภคแล้ว จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการวิจัย เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้จัดทำเห็นประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้การพัฒนาการผลิต การขยายตลาด และการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
ได้รับความสำเร็จ และจะส่งผลให้อุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูปมีความเจริญและมั่นคงยิ่งขึ้น
ข้อเสนอแนะดังกล่าวทั้งหมด เป็นเพียงข้อคิดเบื้องต้น ซึ่งอาจช่วยให้อุตสาหกรรมกาแฟ
สำเร็จรูปในประเทศไทยมากขึ้น และทำให้รายได้ของประเทศเพิ่มมากขึ้นด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการตลาด กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ .2526. เมล็ดกาแฟดิบ

และอุตสาหกรรมแปรรูปกาแฟ. รายงานการสำรวจกลไกการตลาด.

คณะกรรมการนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.2532. นโยบายการพัฒนากาแฟอาราบิก้า. เอกสาร

เศรษฐกิจการเกษตร.

ธีรภัทร สันติเมทินีตล และคณะ .2532. จากฝั่่นสู่กาแฟ . เชียงใหม่:โรงพิมพ์ดารารัตน์.

น.87-93

นิรนาม .2532. "กาแฟในในตลาดกาแฟ" .คู่แข่ง. 10 (กันยายน 2532):น.61-66

ปัญจวดี ตั้มทวีไล และคณะ .2532. พฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
กาแฟสำเร็จรูป. กรุงเทพฯ: ปัญหาพิเศษ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง.

ผาวิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักปลัดเทศบาลเมืองหาดใหญ่ .2530. แผนพัฒนาเทศบาล

เมืองหาดใหญ่ ระยะปานกลาง ปีพ.ศ.2530-2534 . (อัดสำเนา):น.1-44

ผาวิเคราะห์สินค้าอุตสาหกรรม กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ .2526. รายงานการ

สำรวจกลไกตลาดเมล็ดกาแฟดิบและอุตสาหกรรมแปรรูป . (อัดสำเนา). กรุงเทพฯ:

น.43-47

ผาวิชาการขนาดกลางกสิกรไทย .2531. "กาแฟไทยจะก้าวให้ทันตลาดต้องปรับปรุงคุณภาพ"

.สยามรัฐ. (28 มีนาคม 2531)

พฤษชาติ เหมหารวิบูล.2532. พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟเมล็ดคั่วในเขตกรุงเทพมหานคร.

กรุงเทพฯ : ปัญหาพิเศษ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สุภา กอบกู้วัฒนา. 2527. ตลาดของกาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศ. กรุงเทพฯ : วิชา-

นิพนธ์ปริศญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2532. เป้าหมายการผลิตสินค้า

เกษตรกรรม ที่สำคัญ ปี 2532. เอกสารเศรษฐกิจการเกษตรการเกษตร เลขที่ 7/

2532. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ. 2533. สถาบันเงินทอนและสินเชื่อเพื่อการเกษตร.

เอกสารประกอบการศึกษา.

เสาวภา ชัยมุลิก .2524. การศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดเมล็ดกาแฟดิบและ

อุตสาหกรรมแปรรูป .กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยปริญาโท, จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย

อนุกิต พรานพันธ์ .2531. "กาแฟไม่มีแคฟเฟอีน" . ข่าวพาณิชย์ .(23 มีนาคม 2531):

น.15-16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

หมายเลขที่.....

ตำบลที่สัมภาษณ์.....

แบบสอบถาม

เรื่อง

พฤติกรรมกรการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปใน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คำชี้แจง กรุณาร่วมใจตอบคำถามก่อนลงมือกรอกแบบสอบถาม

- โปรดเขียนเครื่องหมาย ลงใน () ที่ตรงกับข้อความที่ต้องการ และกรอกข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้
- กาแฟสำเร็จรูป ในที่นี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ที่มีลักษณะเป็นผงหรือเป็นเกล็ด มีลักษณะอื่น ๆ และสามารถละลายน้ำได้ทันที

เพศผู้/อื่น ในที่นี้หมายถึง สตรี/ประกอบประเภทนิรนาม ลักษณะเป็นผลึกสีขาว มีในใบชา เมล็ดกาแฟ เป็นยาเสพติดอื่น ๆ มีฤทธิ์อย่างแรงต่อหัวใจใช้ในการแพทย์

รายได้ ในที่นี้หมายถึง เงินเดือน ที่ได้จากการทำงาน หรือจากผู้ปกครอง หรือจากผู้นำของครอบครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () 1.ชาย () 2.หญิง

2. อายุ_____ปี

3. ระดับการศึกษา

- () 1. ไม่เคยได้รับการศึกษา
 () 2. จบการศึกษาระดับ_____
 () 3. กำลังศึกษาระดับ_____

4. สถานภาพสมรส

- () 1. โสด
 () 2. แต่งงาน
 () 3. หม้าย

5. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา
 () 2. แม่บ้าน
 () 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 () 4. รับราชการ
 () 5. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () 6. พนักงานบริษัท, ห้างร้าน
 () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน_____บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

1. ท่านชอบดื่มกาแฟสำเร็จรูปหรือไม่

- () 1. ชอบ
() 2. ไม่ชอบ

2. กาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อใดที่ท่านดื่มเป็นประจำ

- () 1. มอคโคน่า
() 2. เขาช่อง
() 3. เนสกาแฟ
() 4. เทสเตอร์ช้อยส์
() 5. แม็กเวล์เฮิร์ส
() 6. แม็กซิม
() 7. อื่น (โปรดระบุ) _____

3. ท่านจะจงใจดื่มกาแฟสำเร็จรูปชนิดใด

- () 1. ชนิดมีแคลเฟอีน เหตุผลที่ดื่มชนิดนี้เพราะ _____
() 2. ชนิดไม่มีแคลเฟอีน เหตุผลที่ดื่มชนิดนี้เพราะ _____
() 3. ไม่เจาะจง

4. ท่านดื่มกาแฟสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยวันละกี่แก้ว

- () 1. 1 แก้ว
() 2. 2-3 แก้ว
() 3. 4-5 แก้ว
() 4. มากกว่า 5 แก้วขึ้นไป
() 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ท่านมักดื่มกาแฟสำเร็จรูปในเวลาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ก่อนอาหารเช้า
- () 2. พร้อมอาหารเช้า
- () 3. หลังอาหารเช้า
- () 4. ช่วงสาย ระหว่างอาหารเช้าและอาหารกลางวัน
- () 5. หลังอาหารกลางวัน
- () 6. ช่วงบ่าย ระหว่างอาหารกลางวันและอาหารเย็น
- () 7. ช่วงดึก
- () 8. ไม่จำกัดเวลา
- () 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

6. ท่านมักดื่มกาแฟสำเร็จรูปที่ใด

- () 1. ที่บ้าน
- () 2. ที่ทำงาน
- () 3. ร้านอาหาร
- () 4. คีอ啡ซื้อ
- () 5. หอพัก
- () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

7. ท่านเติมส่วนผสมใดบ้างในกาแฟสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. น้ำตาล
- () 2. นม
- () 3. ครีมเทียม
- () 4. ไม่เติมส่วนผสมใด ๆ
- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ท่านมักดื่มกาแฟสำเร็จรูปกับอะไร

- () 1. ไม่มี
- () 2. เบเกอรี่
- () 3. ปาท่องโก๋
- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

9. ท่านมักดื่มกาแฟสำเร็จรูปกับใคร

- () 1. บุคคลในครอบครัว
- () 2. เพื่อน ๆ
- () 3. ตามลำพัง
- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

10. ท่านรู้สึกอย่างไรหลังดื่มกาแฟสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. หายง่วง สดชื่น กระปรี้กระเปร่า
- () 2. สมองสั่งการได้ดีขึ้น
- () 3. นอนหลับสบาย
- () 4. มึนงง เวียนศีรษะ
- () 5. หัวใจเต้นเร็ว ใจสั่น
- () 6. นอนไม่หลับ
- () 7. ไม่มีอาการใด ๆ เกิดขึ้น
- () 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

11. ท่านจะบริโภคกาแฟสำเร็จรูปต่อไปอีกหรือไม่

- () 1. บริโภคต่อไป
- () 2. ลดการบริโภค
- () 3. ไม่บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. ท่านเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปเองใช่หรือไม่

- () 1. ใช่
() 2. ไม่ใช่ ผู้ตัดสินใจคือ_____

13. ถ้าท่านเป็นผู้ซื้อกาแฟสำเร็จรูปท่านจะซื้อจากที่ใดมากที่สุด

- () 1. ในซูเปอร์มาร์เก็ต
() 2. ในตลาดกิมฮง
() 3. ย่านถนนนิพัทธ์อุทิศ 3
() 4. ร้านขายของชำทั่วไป
() 5. ตามค่านชายแดน เช่น ปาดังเบซาร์ , จังโหลน
() 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

14. ท่านซื้อกาแฟสำเร็จรูปจากสถานที่ดังกล่าวเนื่องจาก

- () 1. สะดวกต่อการเดินทาง
() 2. ซื้อได้ราคาถูก
() 3. มีสีห้อมและขนาดให้เลือกมาก
() 4. ซื้อเป็นประจำ
() 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริโภคกาแฟสำเร็จรูป

1. เหตุผลที่ท่านดื่มกาแฟสำเร็จรูป คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. รสชาติและกลิ่นที่ถูกใจ
() 2. สะดวกรวดเร็วในการจัดเตรียม
() 3. ช่วยให้อุณหภูมิในร่างกายคงที่
() 4. ช่วยให้อาหารย่อยได้ดี ไม่เคอะเขิน
() 5. ความเค็ม
() 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ท่านเลือกซื้อกางเกงสำเร็จรูปที่ท่านคิดเป็นประจำเพราะเหตุใด

- () 1. ราคาดี
- () 2. ความเคยชิน
- () 3. บุคคลในครอบครัววิภาค
- () 4. มีราคาถูก
- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

3. ถ้าท่านไปหาซื้อกางเกงที่ท่านเคยซื้อเป็นประจำไม่ได้ท่านจะ

- () 1. หาซื้อที่อื่นแทน
- () 2. กลับไปซื้อใหม่
- () 3. หาซื้อจากร้านอื่นที่มี
- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

4. มลเหตุจูงใจที่ทำให้ท่านคิดกางเกงสำเร็จรูป คือ

- () 1. เพื่อนชักชวน
- () 2. ดูจากโฆษณา
- () 3. บุคคลในครอบครัววิภาค
- () 4. มีสิ่งจูงใจ เช่น การลด แลก แจก แถม
- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)_____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นในการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

ปัญหาในการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป

1. ท่านพบปัญหาใดบ้างในการดื่มกาแฟสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ไม่พบปัญหาใด ๆ
- () 2. รสชาติกาแฟที่เปลี่ยนไป
- () 3. กาแฟปลอมปนไม่ได้มาตรฐาน
- () 4. ต้องบริโภคเป็นประจำจนกลายเป็นความเคยชิน
- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

2. ท่านพบปัญหาใดในการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ไม่พบปัญหาใด ๆ
- () 2. ราคากาแฟต่างกันในแต่ละแห่ง
- () 3. ราคากาแฟเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่เสมอ
- () 4. ไม่สามารถซื้อกาแฟยี่ห้อที่ต้องการได้
- () 5. มีหลายยี่ห้อให้เลือกมากเกินไป
- () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นต่อกาฬสาเรีจรูป

	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ
1. เป็นเครื่องดมขรรมาสาหรับคนทั่วไป	()	()	()
2. เป็นเครื่องดมที่ดมได้เป็นประจำทุกวัน	()	()	()
3. เป็นเครื่องดมของผู้ใหญ่	()	()	()
4. เป็นเครื่องดมของคนทันสมัย	()	()	()
5. เป็นเครื่องดมของคนนอนดึก	()	()	()
6. เป็นเครื่องดมเพื่อสร้างบุคลิก	()	()	()
7. เป็นเครื่องดมที่ฟุ่มเฟือย	()	()	()
8. เป็นเครื่องดมที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	()	()	()



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

การผลิตกาแฟสำเร็จรูป

กาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจ ที่ทำรายได้ให้กับเกษตรกรค่อนข้างสูง นอกจากนั้น กาแฟยังเป็นพืชที่มีลักษณะพิเศษหลายประการ เช่น เมล็ดกาแฟสามารถเก็บได้นาน ทำให้เป็นพืชที่มีอำนาจต่อรองสูง ราคาไม่ตกไม่ขาย เพราะเมื่อกระเทาะเปลือกออกแล้ว เมล็ดกาแฟสามารถเก็บได้นานถึง 3 ปี มีความต้องการเมล็ดกาแฟจาก โรงงานแปรรูปกาแฟ ซึ่งต้องการเมล็ดกาแฟ ปีหนึ่ง ๆ หลายพันตัน และยังเป็นพืชที่รัฐบาลเข้าเป็นสมาชิกขององค์การกาแฟโลก (ICO-INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION) อีกด้วย

ส่วนอุตสาหกรรมกาแฟแปรรูปเมล็ดกาแฟดิบ ที่มีขึ้นในประเทศไทยครั้งแรก คือ อุตสาหกรรมกาแฟคั่ว (Brewed Coffee) ส่วนอุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูป (Instant Coffee) เริ่มมีขึ้นในกลางปี พ.ศ. 2517 โดย บริษัทกาแฟไทย จำกัด กาแฟสำเร็จรูปมีลักษณะที่แตกต่างจากกาแฟคั่ว เพราะกาแฟคั่วนั้นเป็นการนำเอาเมล็ดกาแฟมาคั่วและบด เวลาจะบริโภคจะต้องนำมาต้มให้ได้น้ำกาแฟเสียก่อนจึงจะบริโภคได้แต่สำหรับกาแฟสำเร็จรูปนี้เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัยสามารถนำมาผสมกับน้ำร้อนแล้วบริโภคได้ทันที อันเป็นการสะดวกสำหรับการบริโภค ในปัจจุบันมีโรงงานที่เปิดดำเนินการ 3 ราย คือ บริษัทกาแฟไทย จำกัด เป็นรายแรกที่เปิดดำเนินการ และเป็นบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน บริษัทเขาช่องอุตสาหกรรม จำกัด ได้เริ่มกิจการในปี พ.ศ. 2522 และบริษัทสยามโค่น่า จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

เมล็ดกาแฟคั่ว คือ วัตถุดิบที่สำคัญที่สุดของการผลิตกาแฟสำเร็จรูป คิดเป็นร้อยละ 90 ของค่าวัตถุดิบ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 คือ ค่าน้ำตาลทราย กาแฟสำเร็จรูปคุณภาพดีที่จะใช้เมล็ดกาแฟคั่วล้วน ๆ ไม่เจือปนสิ่งอื่น ส่วนกาแฟสำเร็จรูปชนิดซอง ๆ ลงมา มีส่วนผสมของน้ำตาลเคี้ยวอยู่ด้วย

ธรรมชาติของกาแฟ ขึ้นได้ในดินเกือบทุกชนิด โดยเฉพาะในที่สูงลาดเอียงสามารถระบายน้ำได้ดี และในที่ที่ความกดของบรรยากาศต่ำจะช่วยให้ต้นกาแฟเจริญงอกงามได้ดี กาแฟเป็นพืชยืนต้น มีแหล่งกำเนิดในแถบศูนย์สูตร หรือบริเวณอาฟริกาแถบร้อน และ ทางตะวันออกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกา ลำต้นมีลักษณะเป็นพุ่มสูงประมาณ 3-4 เมตร ออกดอกสีขาว กลิ่นหอม มีผลพวง เรียกว่า "เบอร์รี่" (Berry) เมื่อเริ่มสุกจะมีสีแดงเข้ม ผลกาแฟที่สุกแล้วจะต้องนำไปตากแดดให้แห้ง ผลที่แห้งแล้วจะมีเปลือกแข็งหุ้ม เรียกว่า "กะลา" (Parchment) ส่วนที่เรานำมาบริโภค จะอยู่ภายในกะลา เรียกว่า "เมล็ดกาแฟคั่ว" (Coffee Beans)

กาแฟสามารถปลูกได้ดีแทบทุกภาคของประเทศไทย แต่ที่ปลูกมากได้มากที่สุดคือ ภาคใต้ บริเวณจังหวัดชุมพร และสุราษฎร์ธานี พันธุ์ที่นิยมปลูกมากทางภาคใต้คือ พันธุ์โรบัสตา เพราะมีความแข็งแรง ทนทาน แต่มีรสชาติไม่ดีนัก อีกทั้งยังมีปริมาณแคเฟอีนสูงอีกด้วย ส่วนทางภาคเหนือ ของประเทศ ก็สามารถปลูกกาแฟได้ดี โดยเฉพาะพันธุ์อาราบิก้า ที่ชอบอากาศหนาวและเป็นกาแฟพันธุ์ที่มีรสชาติดี มีกลิ่นหอมและมีปริมาณแคเฟอีนน้อย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2532)

กาแฟสำเร็จรูป แบ่งตามกรรมวิธีการผลิตได้ 2 ประเภท

1. กาแฟที่ผลิตโดยผ่านการอบด้วยความร้อน (Spray-dried Solute Coffee) มีทั้งกาแฟที่มีลักษณะเป็นเกล็ด (Agglomerated) และชนิดผงละเอียด (Power) และสามารถแบ่งย่อย ๆ ออกเป็นชนิดที่มีแคฟเฟอีนและชนิดไม่มีแคฟเฟอีน
2. กาแฟที่ผลิตโดยผ่านความเย็นจัด (Freezed-dried Solute Coffee) เป็นกรรมวิธีที่ต้องลงทุนสูง

หรืออาจแบ่งตามลักษณะของกาแฟได้ 3 ชนิด คือ

1. กาแฟสำเร็จรูปชนิดผงละเอียด (Power)
2. กาแฟสำเร็จรูปชนิดเกล็ดฟู (Agglomerated)
3. กาแฟสำเร็จรูปชนิดเกล็ดแข็ง (Freezed-dried)

กรรมวิธีการผลิตกาแฟสำเร็จรูป

การผลิตกาแฟสำเร็จรูป มี 2 วิธี คือ

1. การอบด้วยความร้อน
2. การผ่านความเย็นจัด

วิธีที่ 1 การอบด้วยความร้อน

มีกรรมวิธีและขั้นตอนการผลิตตลอดจนการควบคุมคุณภาพ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ขึ้นเต๋รมัตถุดิบ เมล็ดกาแฟ (Coffee not Roasted) ก่อนที่จะนำมาใช้ในการผลิตจะต้องทำความสะอาด ชั่งน้ำหนัก ตรวจสอบความชื้นและทดสอบคุณภาพ

เสียก่อน เมล็ดกาแฟดิบที่ใช้จะต้องมีความชื้นไม่เกินร้อยละ 16 หากเกินต้องนำมาตากแดด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสียก่อน จากนั้นจะนำเมล็ดกาแฟดิบแยก คุณภาพและขนาด ซึ่งจะได้เมล็ดกาแฟดิบ คุณภาพและขนาดต่าง ๆ ซึ่งพร้อมจะนำไปผลิตในวันต่อไป

2. **ขึ้นคั่วและบดวัตถุดิบ** นำเมล็ดกาแฟดิบที่ผ่านกรรมวิธีการแยกตามคุณภาพ และขนาดเข้าเครื่องผสมเมล็ดตามสูตรของการผลิตกาแฟแต่ละตรา เมื่อผสมตามสูตรที่ ต้องการแล้วผ่านเมล็ดกาแฟดิบนั้นเข้าเครื่องคั่ว ซึ่งมีอุณหภูมิ 220 - 250 องศาเซลเซียส ประมาณ 10 - 15 นาที เมล็ดกาแฟดิบนั้นเข้าเครื่องคั่วแล้วจะสูญเสียน้ำหนักไป ประมาณร้อยละ 18 จากนั้นจะคัดเมล็ดกาแฟที่ผ่านการคั่วแล้วขึ้นถึงพักเพื่อเตรียมบดจากถัง พัก จะผ่านเข้าเครื่องบดเมล็ดกาแฟ เมื่อบดแล้วจะได้เมล็ดกาแฟที่คั่วและบด ซึ่งพร้อมที่จะ นำไปต้มและสกัดกาแฟต่อไป

3. **ขึ้นสกัดน้ำเชื่อมกาแฟ** เมล็ดกาแฟที่คั่วและบดแล้วจะผ่านเข้าสู่เครื่องต้ม ซึ่งใช้น้ำร้อนที่ผ่านการกรองแล้ว การต้มจะใช้เวลาประมาณ 60 นาที อุณหภูมิประมาณ 200 องศาเซลเซียส น้ำกาแฟที่ได้สูญเสียไปประมาณร้อยละ 40 - 50 น้ำกาแฟที่ได้ จะผ่านเครื่องทำความสะอาด เพื่อปรับอุณหภูมิ เก็บกลิ่นคืน ตลอดจนระเหยน้ำ ซึ่งจะได้ น้ำเชื่อมกาแฟที่พร้อมจะนำไปทำผงต่อไป และในขั้นตอนนี้จะได้กากกาแฟ ซึ่งสามารถนำไปจำหน่ายเป็นผลพลอยได้อีกอย่างหนึ่ง

4. **ขึ้นทำน้ำเชื่อมกาแฟให้เป็นผง** ผ่านน้ำเชื่อมที่ได้เข้าสู่เครื่องทำให้เป็นผง โดยวิธี Spray-dried คือการพ่นน้ำเชื่อมกาแฟให้เป็นฝอยกระจายในเครื่องปรับสภาพ กาแฟซึ่งมีอุณหภูมิ 210 องศาเซลเซียส น้ำเชื่อมกาแฟจะเปลี่ยนสภาพเป็นผงที่มีความชื้น ไม่เกินร้อยละ 3 กาแฟผงที่ได้จะผ่านลงสู่เครื่องระบายความร้อนและนำไปเก็บไว้ใน ห้องเย็นที่มีการควบคุมอุณหภูมิและความชื้น โดยมีอุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส และความชื้น ไม่เกินร้อยละ 60 หนึ่งสำหรับการผลิตกาแฟสำเร็จรูปบางตราได้มีการนำเอาน้ำตาลทราย ที่เคี่ยวข้น (caramel) แล้วมาผสมในน้ำเชื่อมในถังพักน้ำเชื่อมที่จะนำเข้าเครื่องการผสมนั้น

เอ็กสเตรนเป็นเอ็กสเตรนที่สังเคราะห์ขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ผู้ใดเห็นประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะผสมตามสูตรของกาแฟแต่ละตรา

5. **ขั้นบรรจุภาชนะ** กาแฟผงที่ได้ก่อนนำมาบรรจุในภาชนะจะต้องตรวจสอบความหนาแน่น (Density) เสียก่อน โดยปกติกาแฟผงจะมีความหนาแน่นประมาณ 200 กรัมต่อลิตร การบรรจุจะมีด้วยกันหลายขนาด คือ ตั้งแต่ 50 กรัม ไปจนถึง 500 กรัม และภาชนะก็มีสองชนิด ขวดแก้วและกระป๋อง ในปัจจุบันมีการบรรจุเป็นซองเพื่อความสะดวกในการบริโภคมากขึ้น (ฝ่ายวิเคราะห์ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2526)

วิธีที่ 2 ผ่านความเย็นจัด (Freezed - Dried) มีดังนี้

ขบวนการผลิตตั้งแต่ขั้นแรกถึงขั้นสกัดน้ำเชื่อมกาแฟ เหมือนกับวิธีแรก หลังจากนั้นจะทำน้ำเชื่อมกาแฟเข้าสู่ถังแช่แข็ง แล้วทำให้น้ำเชื่อมแข็งตัว กระจายออกเป็นเม็ด ๆ นำไปร่อนให้ได้ขนาดสม่ำเสมอ ก่อนที่จะนำเข้าสู่ถังอบแห้งด้วยไอเย็น (Freezed Drying Vaccum Chamber) ร่อนด้วยตระแกรงอีกครึ่งหนึ่ง แล้วจึงบรรจุภาชนะกาแฟที่ผลิตด้วยวิธีนี้จะให้กลิ่นและรสชาติดีกว่าวิธีแรก แต่ต้องลงทุนสูงกว่า ประมาณ 3-4 เท่า

เมื่อผ่านกรรมวิธีการผลิตทั้ง 2 วิธี แล้ว เมล็ดกาแฟดิบ 100 กิโลกรัม คั่วและบดแล้ว จะมีน้ำหนัก 83.33 กิโลกรัม กาแฟที่ได้เมื่อนำมาผสมกับน้ำในเครื่องสกัด จะมีน้ำหนัก 111.11 กิโลกรัม และได้ผลผลิตเป็นกาแฟสำเร็จรูป หนัก 33.3 กิโลกรัม หรือ เมล็ดกาแฟดิบ 3 ส่วน จะได้ผลผลิตกาแฟสำเร็จรูป 1 ส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาการผลิตกาแฟสำเร็จรูป

1. ปัญหาด้านคุณภาพของเมล็ดของเมล็ดกาแฟดิบ เกษตรกรไม่ค่อยคำนึงถึงการรักษาคุณภาพของกาแฟ ตลอดจนขาดการสนับสนุนทางด้านวิชาการ เช่น การคัดเลือกพันธุ์ การบำรุงรักษา การเก็บเกี่ยวผลให้ได้ผลเต็มที่
2. กาแฟพันธุ์ที่ปลูกมากในประเทศไทยเป็นพันธุ์โรบัสตา ซึ่งเมื่อนำมาผลิตเป็นกาแฟสำเร็จรูปแล้วจะให้กลิ่นและรสชาติไม่ดีเท่าที่ควร
3. กรรมวิธีการผลิตยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร ทำให้ไม่สามารถผลิตกาแฟให้เป็นไปตามความนิยมของตลาดได้ เช่น กาแฟชนิดเกล็ดแข็ง
4. ต้นทุนต่าง ๆ เช่น แร่งงานและเชื้อเพลิงสูงขึ้นทุกขณะเป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น แต่ผู้ผลิตยังต้องพยายามพองราคาไว้เพื่อแข่งขันกับต่างประเทศด้วย (สุพาท กอบกุลวัฒนา , 2527)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้