



ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร  
CONSUMER BEHAVIOR OF FRUITS IN AIRLIGHT CONTAINERS IN  
BANGKOK

ของ  
นายทิวา สีสัมบุญ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2534

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ..... 1 / ๓๑ / ๒๕๓๔

(อาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

กรรมการปัญหาพิเศษ ..... 1 / ๓๑ / ๒๕๓๔

(อาจารย์ศิริจรรษา เกร็ดวิจิตรพันธ์)

กรรมการปัญหาพิเศษ ..... 1 / ๓๑ / ๒๕๓๔

(อาจารย์วิเชษฐ์ มณีรัตน์)

หัวหน้าภาควิชา ..... 1 / ๓๑ / ๓๔

(อาจารย์นิตยา ลีทธิโชค)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับอาจารย์ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



14162

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร  
CONSUMER BEHAVIOR OF FRUITS IN AIRLIGHT CONTAINERS IN  
BANGKOK



ปพ.  
ท492 พ  
2534

เลขที่.....  
ลงทะเบียน..... 98150  
วันเดือนปี..... 10/11/77

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2534

ปพ.  
ท492 พ  
2534

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งาน..... ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร  
มหานคร  
โดย : นายทิวา ลิ้มสมบุญ  
ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)  
สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร  
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ..... ๑๗.๑๖.๒๕๖๔  
(เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

ผลไม้บรรจุกระป๋องจัดเป็นอาหารแปรรูปที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยปริมาณความต้องการผลไม้บรรจุกระป๋องมีเพิ่มขึ้นตลอดเวลา แม้ว่าผู้บริโภคจะเห็นว่าผลไม้บรรจุกระป๋องมีราคาแพง เมื่อเทียบกับการบริโภคผลไม้สดก็ตาม แต่ความสะดวกในการบริโภค รสชาติ และ ผลลัพธ์ที่แปลกใหม่ นับเป็นสิ่งจูงใจผู้บริโภคได้มาก จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเพื่อนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋อง ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งทางด้านคุณภาพและราคา

วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง ตลอดจนศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาการค้าและผลิตภัณฑ์ โดยรวบรวมข้อมูลจากประชากรตัวอย่างจำนวน 150 ตัวอย่าง ซึ่งผลของการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีทั้งเพศชายและหญิง มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง เป็นผู้ที่กำลังศึกษาอยู่และมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน ในด้านพฤติกรรมการบริโภค ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่ชอบบริโภค เพราะชอบรับประทานของสดมากกว่า ยี่ห้อที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุดคือ มาลี และ UFC เนื่องจากมีความพอใจรสชาติ สำหรับประเภทของผลไม้บรรจุกระป๋องที่ผู้บริโภคนิยม คือ ลิ้นจี่กระป๋องและเงาะกระป๋อง เวลาที่ชอบบริโภคมักจะไม่ว่างแน่นอนนัก ส่วนสถานที่ที่ชอบบริโภคมักเป็นที่บ้าน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการใช้ผลไม้บรรจุกระป๋องไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของผู้บริโภคได้แก่ วันที่ผลิต หรือ วันที่ควรบริโภคก่อน ตรายี่ห้อ ความสะอาดในการซื้อ และลักษณะ Package ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อนั้น โดยทั่วไปผู้บริโภค นิยมซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องจากห้างสรรพสินค้า ในปริมาณ 4-8 กระป๋องต่อเดือน สำหรับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของผลไม้บรรจุกระป๋อง เห็นว่าคุณภาพมีความเหมาะสมคืออัตรา ราคาของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับคุณภาพ ทางด้านปัญหาที่ผู้บริโภคประสบมักจะเป็น ปัญหา ทางด้านรสชาติเปลี่ยนและมีสิ่งสกปรกเจือปน และหลังจากประสบปัญหาแล้ว ผู้บริโภค ส่วนใหญ่ก็ยังคงบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋อง ดังนี้ คือ ผู้ผลิตควรควบคุมคุณภาพของผลไม้บรรจุกระป๋องให้มากขึ้น โดยเฉพาะทางด้าน วัตถุดิบในการผลิต คือผลไม้สด ควรมีการปรับปรุงทางด้านภาชนะบรรจุผลไม้บรรจุกระป๋อง ให้มีความสะอาดต่อการบริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ ราคาจำหน่ายค่อนข้างแพงจึงควรหาทาง ลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้ราคาขายลดลงด้วย

## คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยลงได้ ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำ และให้คำปรึกษาตลอดจนการตรวจแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ให้มีความถูกต้องมากยิ่งขึ้นจาก ท่านอาจารย์ เสาวรีย์ ตะโพนทอง ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้เขียน ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ วิเศษฐ์ มณีรัตน์ และ อาจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ กรรมการปรึกษาปัญหาพิเศษ ที่ได้ ให้คำแนะนำต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับการจัดเตรียมเรื่องปัญหาพิเศษ และทำให้ การศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทิวา สัมบุญ  
ตุลาคม 2534

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง (3)

สารบัญภาพ (5)

บทที่ 1 บทนำ 1

    ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา 1

    วัตถุประสงค์ของการศึกษา 2

    ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 2

    ขอบเขตของการศึกษา 3

    นิยามศัพท์ 3

    ตรวจเอกสาร 4

    วิธีการศึกษา 6

บทที่ 2 การผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง 8

    ประวัติความเป็นมา 8

    โครงสร้างผู้ผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง 8

    ขอบเขตการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง 12

        ขั้นตอนการผลิต 12

        ต้นทุนการผลิต 17

        ปัญหาการผลิต 18

    การตลาด 22

        วิธีการตลาด 23

        ราคาจำหน่าย 23

บทที่ 3 ผลการศึกษา 25

    ข้อมูลทั่วไปของประชากรตัวอย่าง 25

เอกสารที่เห็นและพฤติกรรมกำารบริโภคใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้ัน 30 ใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อ	42
บทที่ 4 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	49
สรุปผล	49
ข้อเสนอแนะ	51
เอกสารอ้างอิง	53
ภาคผนวก	55



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	ชื่อที่ตั้งของผู้ผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง	10
2	ปริมาณการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง	11
3	ต้นทุนการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง	19
4	เพศของประชากรตัวอย่าง	25
5	สถานภาพการสมรสของประชากรตัวอย่าง	26
6	ระดับการศึกษาของประชากรตัวอย่าง	27
7	อาชีพของประชากรตัวอย่าง	28
8	รายได้ต่อเดือนของประชากรตัวอย่าง	29
9	จำนวนสมาชิกในครอบครัวของประชากรตัวอย่าง	30
10	ประชากรตัวอย่างที่ชอบและไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง	31
11	ประชากรตัวอย่างที่ชอบและไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องแยกตามอายุ	32
12	เหตุผลที่ประชากรตัวอย่างไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง	33
13	ชื่อผลไม้บรรจุกระป๋อง	34
14	เหตุผลที่เลือกชื่อผลไม้บรรจุกระป๋อง	35
15	ประเภทของผลไม้บรรจุกระป๋อง	36
16	เวลาที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง	38
17	เวลาที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องแยกตามอายุ	40
18	สถานที่ที่นิยมบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง	41
19	ปัจจัยต่าง ๆ เพื่อการตัดสินใจซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง	42
20	สถานที่ที่นิยมซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง	43
21	ปริมาณผลไม้บรรจุกระป๋องที่ซื้อ	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ความถี่ในการเลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง	45
23	ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพผลไม้บรรจุกระป๋อง	46
24	ปัญหาที่ผู้บริโภคประสบ	47
25	การตัดสินใจหลังจากประสบปัญหา	48



สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 กระบวนการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง

13

2 วิธีการตลาดผลไม้บรรจุกระป๋อง

24



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

### ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

จากสภาพความเจริญทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ความต้องการบริโภคปัจจัยด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านอาหารมีปริมาณสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นเพื่อเป็นการสนองความต้องการของผู้บริโภค จึงมีผู้พยายามพัฒนาอาหารให้มีหลากหลายมากขึ้น ผลไม้กระป๋องก็เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งที่ได้พัฒนาจากวัตถุดิบทางการเกษตร มีความสำคัญมากชนิดหนึ่ง เพราะนอกจากเป็นการแปรรูปผลไม้เพื่อเพิ่มความคงทนถาวรมากขึ้นแล้ว ยังมีการเติมแต่งรสชาติให้มีความแปลกใหม่ เพื่อให้เป็นที่น่ารับประทานมากขึ้น ดังนั้นจึงไม่เป็นที่น่าสงสัยเลยว่า อุตสาหกรรมผลไม้บรรจุกระป๋องจะขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากครั้งเมื่อเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กในอดีต ก็กลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในปัจจุบัน อีกทั้งยังได้รับการส่งเสริมการผลิตจากหน่วยงานของภาครัฐบาล ทั้งทางด้านเงินทุน และ ข้าราชการ ทำให้มีนักลงทุนเข้ามาลงทุนในกิจการด้านนี้มากขึ้น

การประกอบธุรกิจในรูปอุตสาหกรรมการแปรรูปผลไม้ในปัจจุบันผู้ผลิตส่วนใหญ่มักประสบปัญหาที่สำคัญ คือขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเนื่องจากผลไม้มีการผลิตเป็นฤดูกาล ทำให้ทางผู้ผลิตมักขาดแคลนวัตถุดิบในการแปรรูป เมื่อถึงนอกฤดูการผลิตผลไม้ชนิดนั้น ผู้ผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องต้องนำวัตถุดิบที่มีปริมาณจำกัดนี้ มาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจทางด้านอาหารแปรรูปมีความเสี่ยงสูงมาก เพราะเป็นเรื่องเกี่ยวกับปากท้องดังนั้นคุณภาพของผลผลิต และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จึงเป็นสิ่งสำคัญ ยิ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยของสดด้วยแล้ว อายุของผลิตภัณฑ์จึงมีเพียงช่วงระยะเวลาสั้น จนบางครั้งเกิดปัญหาการเน่าเสีย หลังจากที่ผู้บริโภคซื้อไปแล้ว ดังนั้นผู้บริโภคจึงเกิดความฝังใจในตัวสินค้า หรือเกิดความเกรงกลัวว่าจะเกิดการเน่าเสียของผลิตภัณฑ์ หลังจากได้ซื้อมา จึงเป็นเรื่องที่ควรศึกษา พฤติกรรมของผู้บริโภคว่าเป็นอย่างไรจึงสนใจไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง ของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ โดยเน้นกลุ่มบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการค้าและแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋อง ให้มีความเหมาะสมทั้งทางด้าน คุณภาพ และ ราคา

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อผลไม้บรรจุกระป๋องในเขต กรุงเทพมหานคร
2. เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในด้านความรู้ เรื่องผลไม้บรรจุกระป๋อง
3. เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ เพื่อวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
4. เป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง ในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ขอบเขตการศึกษา

เนื่องจากประชากรในแต่ละเขต มีจำนวนมากจึงไม่สามารถส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริโภคได้ทุกคน ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้ จะศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง ของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### นิยามศัพท์

ผลไม้บรรจุกระป๋อง หมายถึง อาหารที่ประกอบด้วยผลไม้และน้ำเชื่อมบรรจุอยู่ในกระป๋องซึ่งปราศจากอากาศ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้า หรือ การบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นตัวการกำหนดให้เกิดการกระทำ

ประชากรตัวอย่าง หมายถึง ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตรวจเอกสาร

รัตนจิตต์ ฌรวิทย์ (2520) กล่าวถึงการดำเนินการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะสับปะรดกระป๋องนั้นมีแนวโน้มในการจำหน่ายในอนาคตสูงขึ้นสมควรแก่การเร่งส่งเสริมให้มีการพัฒนาอย่างจริงจัง อุตสาหกรรมประเภทนี้ มีผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้วัตถุดิบภายในประเทศให้เป็นประโยชน์ทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงาน และเป็นสินค้าออกที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นอย่างมาก รัฐบาลควรให้การสนับสนุน และ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องควรตัดสินใจดำเนินการเพื่อขจัดปัญหาที่เกิดขึ้นแก่อุตสาหกรรมประเภทนี้ด้วย เพราะปัญหาที่เกิดขึ้นย่อมจะมาจากภายในประเทศเอง รวมทั้งด้านการตลาดต่างประเทศด้วย

นริทธิย์ ทุงการี (2525) กล่าวถึงตลาดผลไม้บรรจุกระป๋อง โดยเฉพาะตลาดตะวันออกกลางซึ่งเป็นตลาดใหม่ ที่มีแนวโน้มความต้องการผลไม้บรรจุกระป๋องสูงขึ้น ดังนั้นรัฐบาลจึงมีมาตรการในการเจาะตลาดแห่งนี้ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (2525-2529) เพื่อให้มีรายได้จากการส่งออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากประเทศไทยยังมีกำลังการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องเหลืออยู่ อีกทั้งยังสามารถหาวัตถุดิบและแรงงานได้อย่างเพียงพอ ตลาดตะวันออกกลางเป็นตลาดที่มีความต้องการสินค้าเกือบทุกชนิด และมีอำนาจการสั่งซื้อสูงทำให้เป็นตลาดที่มีการแข่งขันอย่างมาก ตลาดผลไม้บรรจุกระป๋องของไทยมีขนาดใหญ่ที่สุดในตะวันออกกลาง แต่ก็มีปัญหาทางด้านกฎระเบียบและการทำธุรกิจยังไม่เป็นระบบที่ดีพอจากการศึกษาค้นคว้าสรุปได้ว่า มีปัญหาทางด้านการตลาดที่สำคัญในการค้าผลไม้บรรจุกระป๋องไปตะวันออกกลาง เช่น ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ปัญหาเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย ปัญหาทางด้านการติดต่อการค้าและปัญหาด้านการติดต่อกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ทั้งยังมีข้อเสนอแนะเพื่อการแก้ปัญหาดังกล่าว เช่น การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การให้การสนับสนุนจากทางภาครัฐบาลทั้งทางด้านการเงินและข่าวสารการตลาด เพื่อให้ธุรกิจการส่งออกประสบผลสำเร็จตามที่คาดหวัง

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมศักดิ์ ตริสดี (2525) กล่าวถึงประโยชน์ของอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง  
ว่ามี ประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยส่วนรวมของประเทศ เพราะประชากร  
ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม รวมทั้งมีโครงสร้างสินค้าออกที่ทำรายได้เข้า  
ประเทศที่สำคัญ อันเป็นผลผลิตจากการเกษตรได้รับการพัฒนาจนสามารถส่งเป็นสินค้าออก  
จึงมีการพัฒนาและส่งเสริมจากหน่วยงานของภาครัฐเพิ่มขึ้น

อารยา ดำรงค์ศักดิ์ และ สุชาดา วราภรณ์ (2528) กล่าวถึง ความสำคัญ  
ของอุตสาหกรรมผลไม้บรรจุกระป๋อง ว่ามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ  
เป็นอย่างมาก เพราะ เป็นอุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่งที่สามารถทำรายได้ให้ประเทศปีละ  
หลายล้านบาท ถึงแม้จะประสบปัญหาวัตถุดิบ ปัญหาด้านต้นทุน และปัญหาด้านการตลาด  
แต่การส่งออกผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋องของประเทศไทยก็มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ทั้งนี้ด้วย  
ความร่วมมือ และประสานงานระหว่างหน่วยงานเอกชน และหน่วยงานของราชการที่  
เกี่ยวข้อง ตลอดจนโรงงานผู้ผลิตเอง ในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดี และแสวงหา  
ตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น รวมทั้งการขยายตลาดที่มีอยู่เดิมให้มีการนำเข้ามากยิ่งขึ้น

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ สมศักดิ์ แต้มบุญ และ จีรศักดิ์ พงษ์พิชญ์พิจิตร  
(2530) ได้ศึกษาเรื่อง แนวโน้มและลู่ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้บรรจุกระป๋อง  
ในตลาดโลก พบว่ารัฐบาลได้ให้การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมผักและผลไม้กระป๋อง  
มาตั้งแต่ ปี 2510 อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงมากอุตสาหกรรมหนึ่ง  
ผลิตภัณฑ์หลักของอุตสาหกรรมนี้ คือ สับปะรดกระป๋อง แต่ผู้ผลิตในประเทศส่วนใหญ่จะ  
ผลิตผักและผลไม้กระป๋องหลายชนิดควบคู่กันไป เพื่อให้การผลิตดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง  
ตลอดปีและใช้กำลังการผลิตให้สูงที่สุด ปัญหาการผลิตที่อุตสาหกรรมนี้ประสบก็คือ วัตถุดิบ  
ที่คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ปริมาณไม่สม่ำเสมอและไม่เพียงพอ ราคาผันผวนมาก ทำให้มี  
การใช้กำลังการผลิตไม่สม่ำเสมอและต้นทุนผันแปรมาก ภาชนะบรรจุมีราคาแพง มีการ

ขาดแคลนแรงงานในบางฤดู ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น นอกจากนี้ก็มีปัญหาไฟฟ้าน  
ไม่ทั่วกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บางโรงงาน ทำให้วัตถุดิบที่เตรียมไว้เสื่อมคุณภาพ ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ ทางด้านการตลาดของผักและผลไม้บรรจุกระป๋อง เกือบทั้งหมดของไทยเป็นตลาดส่งออกเกือบทั้งหมด

## วิธีการศึกษา

### 1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### แหล่งที่มาของข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการสำรวจโดยการใช้นแบบสอบถาม สัมภาษณ์ผู้บริโภคและผู้สั่งซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งก่อนการสัมภาษณ์จริง จะทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) จากประชากรตัวอย่าง 12 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้กลับคืนมาทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้เหมาะสมและรัดกุมมากยิ่งขึ้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูล ในวารสาร และ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การเลือกตัวอย่าง

การเลือกตัวอย่างที่จะศึกษา โดยกำหนดอายุเป็นเกณฑ์ในการเลือก  
จำนวนประชากรที่จะสุ่มสัมภาษณ์ มีดังนี้

ระดับอายุ	จำนวนประชากรสุ่ม (คน)
น้อยกว่า 21	30
21-30	30
31-40	30
41-50	30
มากกว่า 50	30
รวม	150

ซึ่งการกำหนดอายุเป็นเกณฑ์นี้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับเวลา

และงบประมาณที่มีอย่างจำกัด

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantity Analysis) โดยการนำข้อมูลที่ได้อาจจัดหมวดหมู่ ทำตารางวิเคราะห์ และ ทาค่าร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง

ประวัติความเป็นมา

อุตสาหกรรมการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง ได้มีการดำเนินการมาเป็นเวลากว่า 15 ปีแล้ว โดยเริ่มแรกนั้นเป็นผู้ผลิตเพียงไม่กี่รายและตลาดผลไม้กระป๋องในประเทศก็มีปริมาณไม่มากนัก เพียงร้อยละ 30 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดแต่ก็มีลูกค้าที่จะขยายตลาดออกไปได้อีกมาก ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งที่บริโภคและจำหน่ายผลไม้กระป๋องที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้าและธุรกิจการค้าทางด้านการบริการนั้นวันจะมีแนวโน้มดีขึ้น ทำให้ความต้องการผลไม้บรรจุกระป๋องสูงขึ้น จึงส่งผลให้มีนักลงทุนเกิดความสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้มากขึ้น

โครงสร้างผู้ผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง

ผู้ผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง สามารถแบ่งออกได้หลายประเภท ตามลักษณะการผลิตและจำหน่าย ได้แก่ ประเภทแรก เป็นโรงงานที่ตั้งขึ้นเป็นเวลานานโดยครั้งแรกผลิตอาหารทะเลกระป๋องก่อน แล้วจึงเริ่มผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องในภายหลังควบคู่กันไป ประเภทที่สอง เป็นโรงงานขนาดเล็กที่ผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องตามคำสั่งซื้อของบริษัทส่งออกทั่วไปที่ถือว่าจ้าง ประเภทที่สามเป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่ผลิตสับปะรดบรรจุกระป๋องเป็นหลัก อาจเป็นโรงงานที่เป็นเครือข่ายของบริษัทต่างประเทศ การจัดหาวัตถุดิบมีลักษณะพึ่งพาการเพาะปลูกขนาดใหญ่ ( Plantation ) และประเภทสุดท้าย เป็นโรงงานขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ ที่เริ่มทดลองปลูกผลไม้หลายประเภทเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนผลไม้สดในบางฤดู เพื่อให้การผลิตสามารถดำเนินการไปอย่างต่อเนื่อง

และมีการเป็นเวลามากกว่าสิบปีแล้วที่โรงงานประเภทนี้มักจะหาซื้อผลไม้จากต่างประเทศมาใช้ประโยชน์ด้านการค้า และมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง โรงงานประเภทนี้มักจะหาซื้อผลไม้จากต่างประเทศมาใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

( Contract Farming ) หรือประกันราคาซื้อขายผลผลิตขั้นต่ำ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลไม้บรรจุกระป๋องเริ่มเปลี่ยนเป็นในลักษณะหลังมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ผลิตสับปะรดบรรจุกระป๋องรายใหญ่

ปัจจุบัน มีโรงงานที่ผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องประเภทต่างๆ อยู่ 28 โรงงาน ( ตารางที่ 1 ) ซึ่งกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศโดยเฉพาะจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี นครปฐม เป็นต้น จังหวัดที่ใกล้กรุงเทพฯ จะเป็นที่ตั้งของโรงงานขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตตั้งแต่ 1 ล้าน ถึง 6 ล้านตัน/ปี บริษัทที่ทำการผลิตมากที่สุดคือ บริษัทชะอำไชน่แอปเปิ้ลแคนเนอรีจำกัด เนื่องจากความต้องการผลไม้บรรจุกระป๋องที่เพิ่มขึ้น และมีการขยายตัวด้านการผลิตมากในปี 2531 ( ตารางที่ 2 )

ผลิตภัณฑ์หลักของอุตสาหกรรมนี้ คือ สับปะรดบรรจุกระป๋อง อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเพื่อให้การผลิตดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตลอดปี และใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มที่ จึงผลิตผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋องชนิดต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับฤดูกาลผลิตผลไม้แต่ละช่วง ( รัชนก : 12-13 )

โดยทั่วไปโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องของไทย จะมีลักษณะดังนี้

1. มีหุ้นส่วนชาวต่างประเทศร่วมลงทุน โดยมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ
2. ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
3. เป็นโรงงานเดียวกับโรงงานผลิตน้ำผลไม้บรรจุกระป๋องและผักกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 รายชื่อผู้ผลิต ที่ตั้ง และกำลังการผลิตของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องของประเทศไทย ปี 2533  
(กำลังการผลิต : ตัน/ปี)

10

รายชื่อ	กำลังการผลิต	ที่ตั้ง
1. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ส ปรารจันเพิ่มผลผลิตอุตสาหกรรม	18,000	ปรารจันบุรี
2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ประจวบเจริญทองเย็น	115,200	ประจวบคีรีขันธ์
3. บริษัท ผลไม้กระป๋องประจวบ จำกัด	1,152,000	ประจวบคีรีขันธ์
4. บริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง จำกัด	160,000	ประจวบคีรีขันธ์
5. บริษัท โดล (ประเทศไทย) จำกัด	4,800,000	ประจวบคีรีขันธ์
6. บริษัท อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องไทย จำกัด	3,500,000	ประจวบคีรีขันธ์
7. บริษัท สับปะรดไทย จำกัด	1,600,000	ประจวบคีรีขันธ์
8. บริษัท ผลไม้กระป๋องไทย จำกัด	1,228,964	ประจวบคีรีขันธ์
9. บริษัท ชะอำไพน์แอ๊ปเปิ้ลแคนเนอรี จำกัด	6,000,000	เพชรบุรี
10. บริษัท อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องไทย จำกัด	1,800,000	เพชรบุรี
11. บริษัท ไทยแลนด์แคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด	1,045,400	ราชบุรี
12. บริษัท สยามอุตสาหกรรมเกษตร จำกัด	900,000	ระยอง
13. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ได้ตั้ง	800	สมุทรปราการ
14. บริษัท สันติภาพ (ฮิวเพ็ง 1959) จำกัด	145,000	สมุทรปราการ
15. บริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องเอเชีย จำกัด	4,000	สมุทรสาคร
16. บริษัท โรงงานที่ 7 อาหารกระป๋อง จำกัด	4,880	เชียงใหม่
17. บริษัท อาหารสากล จำกัด	5,000,000	ลำปาง
18. บริษัท หลุยส์ จำกัด	2,800	ลำปาง
19. บริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารกว้างไพศาล จำกัด	185,700	ตรัง
20. บริษัท อาหารสยาม จำกัด	2,000,000	ชลบุรี
21. บริษัท ทรอปิคฟรุตแอนด์เวเจเทเบิล จำกัด	300,000	ชลบุรี
22. บริษัท อุตสาหกรรมอาหารแม่สอด จำกัด	2,812	ตาก
23. บริษัท อุตสาหกรรมเต็งไคเส็ง จำกัด	2,300	อุดรดิตถ์
24. บริษัท เสงเลียง จำกัด	4,800	กรุงเทพฯ
25. บริษัท ตอก๊กเฮียตี้ จำกัด	1,200	กรุงเทพฯ
26. ห้างหุ้นส่วนจำกัด กระป๋องไทย	40,000	กรุงเทพฯ
27. บริษัท ไทยอกรีนแพค จำกัด	5,760	กรุงเทพฯ
28. บริษัท โรงงานมาลีสามพราน จำกัด	150,000	นครปฐม

รวม

30,169,616

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น เมื่อนุญตเห็นาเบไซประโยชน์ด้านการค้า  
ที่มา : (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2533)

มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยที่สุดและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ปริมาณการผลิตผลไม้กระป๋องของไทย

(ปริมาณ : ตัน)

ผลิตภัณฑ์	2526	2527	2528	2529	2530	2531	2532	อัตราการขยายตัวต่อปี (%)	
								2525-2532	2531-2532
สับปะรดกระป๋อง	153,600	198,000	208,600	240,500	274,200	359,383	362,510	12.67	0.90
ลำไยกระป๋อง	1,822	1,303	1,100	3,000	2,000	8,912	3,506	67.04	-60.60
เงาะกระป๋อง	1,047	1,253	800	1,300	1,700	2,891	2,122	24.32	-26.60
เงาะสอดไส้สับปะรด กระป๋อง	1,357	976	975	1,450	2,000	3,115	3,800	20.75	22.00
ผลไม้อื่น ๆ กระป๋อง	2,048	2,821	3,950	7,800	11,500	21,390	16,781	44.49	-21.50
รวม	159,874	204,173	215,425	254,050	291,400	395,691	395,130	13.69	-0.14

ที่มา : ( สรุปลภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรมจากการประมาณการจากปริมาณการส่งออก , 2533 )

## ขบวนการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง

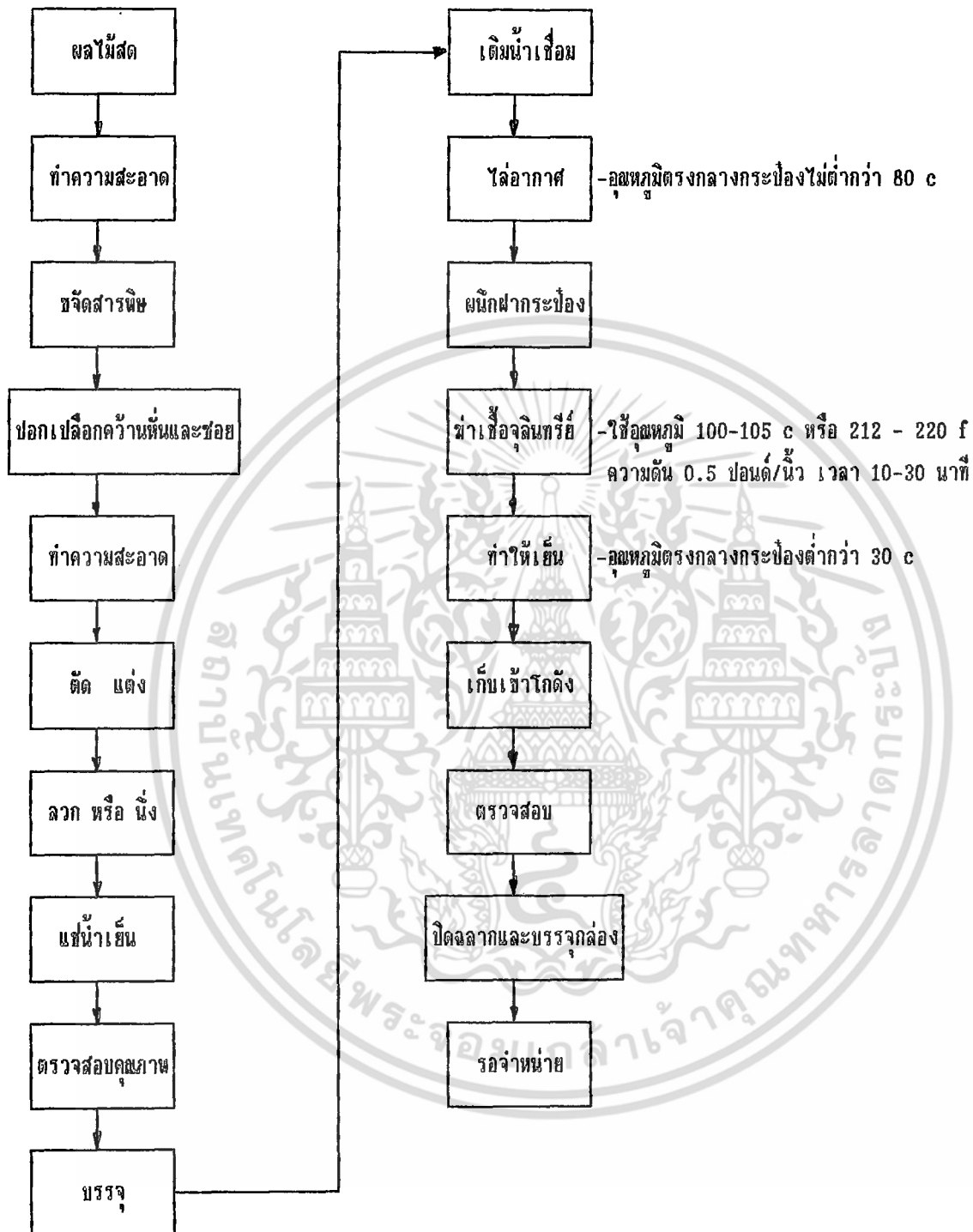
### ขั้นตอนการผลิต

1. วัตถุดิบ หมายถึงส่วนผสมทุกชนิดที่ใช้ในการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง นับตั้งแต่ผลไม้ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลัก เช่น ลำไย สับปะรด เงาะ ลิ้นจี่ เป็นต้น จนถึงวัตถุดิบรอง เช่น น้ำตาล และอื่น ๆ วัตถุดิบเหล่านี้จะต้องมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการแปรรูปเป็นผลไม้กระป๋องต่อไป

2. การทำความสะอาดวัตถุดิบ วัตถุดิบทุกชนิดจะมีสิ่งสกปรกปนเปื้อนตามผิวและตามส่วนต่าง ๆ เช่น สารปนเปื้อนด้วยดิน โคลน ทราย ฟันละออง สิ่งเหล่านี้จะปรากฏให้เห็นด้วยตา แต่มีสิ่งปนเปื้อนบางชนิดที่ไม่อาจมองเห็นได้ด้วยตา ได้แก่ การปนเปื้อนด้วยจุลินทรีย์ ดังนั้นการทำความสะอาดวัตถุดิบจึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญ การทำความสะอาดวัตถุดิบจะช่วยลดจำนวนจุลินทรีย์ให้น้อยลง วัตถุดิบที่ผ่านขั้นตอนทำความสะอาดจะต้องแลดูสะอาดไม่ปรากฏเห็นสิ่งปนเปื้อนด้วยตา

3. การขจัดสารพิษตกค้างในวัตถุดิบการใช้สารเคมีที่อยู่ในรูปยาปราบศัตรูพืชล้วนเป็นสิ่งที่เปื้อนอันตรายต่อมนุษย์ได้เช่นกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำวัตถุดิบผ่านขั้นตอนการล้างสารเคมีที่ตกค้างตามเปลือกหรือผิวนอกให้หมดไป โดยการแช่น้ำไว้เป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 30 นาที ยาปราบศัตรูพืชหลายชนิดที่มีโลหะหนักและสารประกอบอินทรีย์ปนเปื้อนจะชำระล้างออกได้ง่ายในสารละลายกรดเจือจาง สารเคมีบางชนิดชะล้างได้ง่ายในสารละลายเบสเจือจาง การแช่ผลไม้ในน้ำอุ่น (45-50 °C) จะช่วยละลายไขมันที่ติดตามผิว ทำให้ตัวยาที่ติดตามผิวหลุดออกได้ง่ายเช่นกัน วัตถุดิบที่แช่ในสารละลายเคมีชนิดใดเพื่อชำระล้างหรือขจัดสารพิษตกค้างตามผิวแล้ว จะต้องนำวัตถุดิบนั้นมาล้างด้วยน้ำสะอาดทุกครั้งเพื่อล้างสารละลายเคมีนั้นให้หมดไป

4. การเตรียมวัตถุดิบในรูปแบบต่าง ๆ การเตรียมการขั้นนี้ไม่อาจกำหนดตายตัวได้ แต่ถ้าผู้ผลิตจะพิจารณาว่าเหมาะสมว่าจะดำเนินการในรูปแบบใดก่อนหลังใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 กระบวนการผลิตผลไม้กระป๋อง

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2531)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อสำคัญในขั้นตอนนี้ คือ เตรียมวัตถุดิบให้อยู่ในรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการ และสามารถบริโภคได้โดยตรง เช่น ผลไม้ที่มีเปลือกหนา มีเมล็ดและมีแกนแข็ง ผู้ผลิตก็ต้องเอาเปลือก เมล็ดและแกนออกไป วัตถุดิบชนิดใดมีขนาดใหญ่ผู้ผลิตก็ต้องตัด หั่นหรือซอยให้ได้ขนาดที่เหมาะสมที่จะใช้บริโภคและบรรจุกระป๋องได้

5. การทำความสะอาดวัตถุดิบที่เตรียมการแล้ว ขั้นตอนนี้เป็นเพียงการล้างเศษวัสดุต่าง ๆ ที่ติดมาออกให้หมด

6. การตัดแต่ง ขั้นตอนนี้อาจจำเป็นต้องมีเพื่อช่วยตัดแต่งตำหนิต่าง ๆ ที่เครื่องมือไม่อาจเอาออกได้หมด เช่น ตาสีบระรดที่ติดกับเนื้อ เศษเปลือก รอยดำ ซึ่งขั้นตอนนี้จะใช้คนช่วยตัดแต่ง

7. การลวก/การนึ่ง ขั้นตอนนี้จะใช้วิธีใดขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของวัตถุดิบ ซึ่งขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำลายเอนไซม์ที่มีอยู่ในเซลล์ การผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องต้องใช้ผลไม้สดซึ่งเอนไซม์ภายในเซลล์ยังคงทำงาน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเนื้อเยื่อของผลไม้ การเปลี่ยนแปลงทางชีวเคมีทำให้คุณภาพของวัตถุดิบด้อยลงกว่าเดิม เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านรสและกลิ่น การเกิดสีน้ำตาลที่ผิว ความหวานลดลง เนื้อนุ่ม การเกิดรสขม การลวกผลไม้ในน้ำร้อนทำให้สูญเสียสารอาหารบางชนิดที่ละลายน้ำได้ ผู้ผลิตบางรายจึงนิยมนำอาหารไปนึ่งหรืออบไอน้ำ เพื่อทำลายเอนไซม์

8. การแช่น้ำเย็น ดังที่กล่าวมาแล้วว่าการลวกเพียงเพื่อทำลายเอนไซม์ด้วยความร้อนทำให้ผลไม้สุก ดังนั้นเมื่อนำวัตถุดิบลวกในน้ำร้อนและความร้อนช่วยทำลายเอนไซม์แล้ว จำเป็นต้องระบายความร้อนส่วนเกินออกจากผลไม้โดยการแช่น้ำเย็น ถ้าไม่ช่วยระบายความร้อนส่วนเกินนี้ออกไป ผลไม้อาจสุกเกินไปหลังการบรรจุกระป๋อง

9. การตรวจสอบคุณภาพ การปฏิบัติงานในขั้นตอนนี้เป็นการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนการบรรจุกระป๋อง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าวัตถุดิบที่ผ่านการปฏิบัติการณ์ตามขั้นตอนต่าง ๆ ยังคงมีคุณภาพเหมาะสมที่จะบรรจุกระป๋องขั้นตอนนี้มีความสำคัญมาก

เพราะแม้ว่าผู้ผลิตจะคัดเลือกวัตถุดิบมาอย่างดีแล้ว แต่การนำวัตถุดิบผ่านกรรมวิธีการผลิตซึ่งประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในขั้นตอนต่าง ๆ อาจเกิดการผิดพลาดจนทำลายคุณภาพของวัตถุดิบนั้นได้ เพราะฉะนั้น ผู้ผลิตจึงไม่ควรประมาท โดยเฉพาะผู้ผลิตเพื่อการส่งออกจะต้องกวดขันการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่ในขั้นตอนนี้ให้มากเป็นพิเศษ

## 10. การบรรจุกระป๋อง

10.1 เลือกใช้กระป๋องที่มีคุณภาพดี คุณภาพของกระป๋องหมายถึงคุณภาพ ของแผ่นเหล็กที่ใช้ทำกระป๋องและฝา และยังรวมไปถึงคุณภาพในการผลิตตัวกระป๋อง และฝาก็ด้วย

10.2 เลือกใช้กระป๋องและฝาที่เหมาะสมกับชนิดของผลไม้ เช่น ผลไม้ ที่มีความเป็นกรดสูง รสเปรี้ยว ควรเลือกใช้กระป๋องที่ทนต่อการกัดกร่อนของกรดกับผิว โลหะได้ดี

10.3 ตรวจสอบกระป๋องและฝามีความสะอาดเหมาะสมที่จะบรรจุได้ ถ้าเป็นการผลิตกระป๋องที่มีการฆ่าขอบด้วยตะกั่วก็ต้องตรวจสอบตะกั่วภายในกระป๋อง ตัว กระป๋องและฝาก็จะมีการเคลือบด้วยดีบุกและบางชนิดก็เคลือบด้วยแลคเกอร์ ต้องตรวจสอบ ประสิทธิภาพการเคลือบผิวด้วยสารดังกล่าว ร่องฝากะป๋องจะขาดด้วยขางผสมก็ต้อง ตรวจสอบว่ามีขางเคลือบสม่ำเสมอหรือไม่

10.4 ทำความสะอาดกระป๋องและฝากะป๋องก่อนนำไปบรรจุ

10.5 ตรวจสอบคุณภาพน้ำเชื่อม เช่น ความหวาน ความใส ความหนืด สี รสและกลิ่น

10.6 ตรวจสอบน้ำหนักเนื้อผลไม้ น้ำหนักน้ำเชื่อมและน้ำหนักสุทธิให้ถูกต้อง

11. การไล่อากาศ องค์ประกอบของอาหารเป็นสารประกอบอินทรีย์เคมีจึง เกิดปฏิกิริยาชีวเคมีกับก๊าซออกซิเจนได้ ทำให้ลักษณะที่ปรากฏ และคุณภาพของผลไม้ กระป๋องเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การควบคุมปริมาณอากาศภายในกระป๋องโดยการใช้ ความร้อนไล่อากาศออกไป หรือใช้เครื่องดูดอากาศจะช่วยชลอปฏิกิริยาเคมีที่เกิดกับผลไม้ ภายในกระป๋องได้ อายุการเก็บและคุณภาพของผลไม้ในกระป๋องจึงค่อย ๆ เปลี่ยนแปลง

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปอย่างช้า ๆ อย่างน้อยหนึ่งปี ขึ้นตอนสำคัญของการไล่อากาศเพื่อให้ความดันภายใน  
กระป๋องต่ำกว่าความดันของบรรยากาศ ซึ่งช่วยให้กระป๋องและตะเข็บกระป๋องสามารถ  
รับแรงดันไอน้ำระหว่างการฆ่าเชื้อได้สูงกว่าปกติที่ตะเข็บกระป๋องจะรับได้

12. การปิดฝากระป๋องโดยเครื่องผนึกขอบฝากระป๋อง ควรตรวจสอบตะเข็บ  
กระป๋องเป็นระยะ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าเครื่องยังคงทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

13. การฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ ขึ้นตอนการผลิตขึ้นนี้เป็นหัวใจของการผลิต ถ้า  
การกำหนดเวลาในการฆ่าเชื้อไม่เหมาะสม ผลไม้บรรจุกระป๋องจะบวมและเน่าเสียได้  
ในระยะเวลาอันสั้น ถ้ากำหนดเวลานานเกินไปก็จะสูญเสียเวลาและต้นทุนการผลิตก็จะสูง  
ข้อสำคัญคือผลไม้ภายในกระป๋องจะเปื่อยและเปลี่ยนสี เพราะได้รับความร้อนนานเกินไป

14. การทำให้เย็นโดยการแช่ในน้ำเย็น มีจุดประสงค์เพื่อระบายความร้อน  
จากผลไม้ภายในกระป๋องให้เย็นตัวโดยเร็ว ทำให้ผลไม้ไม่สุกเปื่อยหรือละลาย เป็นการ  
ช่วยไม่ให้สารอาหารถูกทำลายมากเกินไป

15. การเก็บรักษาเพื่อตรวจสอบคุณภาพ ขึ้นตอนนี้เป็นไปตามข้อบังคับว่าด้วย  
การผลิตอาหารกระป๋องที่ดี ผลไม้บรรจุกระป๋องแต่ละรุ่นที่ผ่านขั้นตอนการผลิตตั้งแต่ต้นจน  
ถึงการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนและทำให้เย็นตัวแล้วยังมีโอกาสเสียได้ เพราะอาจเกิดการ  
ผิดพลาดในขั้นตอนการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งหรือหลายขั้นตอน ซึ่งผู้ผลิตไม่อาจทราบได้  
เพื่อให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้กระป๋องต่อผู้บริโภค ผู้ผลิต  
จำเป็นต้องเก็บผลไม้บรรจุกระป๋องแต่ละรุ่นที่ผลิตในคราวเดียวกันไว้ตรวจสอบคุณภาพเป็น  
เวลาไม่น้อยกว่า 2 สัปดาห์ โดยมีหลักการปฏิบัติดังนี้

15.1 ให้ตรวจสอบผลไม้บรรจุกระป๋องทันที ณ วันที่ผลิต

15.2 เก็บผลไม้บรรจุกระป๋องอย่างน้อย 8 กระป๋องโดยการสุ่มตัวอย่าง  
ในตู้บ่มเชื้อ 37 °C และอีก 8 กระป๋อง ที่อุณหภูมิ 55 °C เป็นเวลา 7-14 วัน  
แล้วตรวจสอบคุณภาพผลไม้กระป๋องที่บ่มไว้ทั้งสองอุณหภูมิ

15.3 ถ้าผลไม้บรรจุกระป๋องที่ตรวจสอบเกิดบวมหรือมีคุณภาพไม่ผ่านตาม

เกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ให้ถือว่าผลไม้กระป๋องรุ่นนั้นไม่ได้มาตรฐานตามกรรมวิธีการผลิต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. การปิดฉลากขึ้นตอนนี้เป็นการปิดฉลากผลไม้กระป๋องที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพในขั้นสุดท้ายแล้วหลายโรงงานไม่ทราบเหตุผลว่าทำไมจึงไม่ปิดฉลากผลไม้กระป๋องหลังจากผ่านการฆ่าเชื้อและทำให้เย็นแล้ว เพราะสะดวกในการปฏิบัติงานการนำอาหารกระป๋องไปเก็บรอการตรวจสอบคุณภาพทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย ในการขนย้ายสองเที่ยว เหตุผลที่ให้ปิดฉลากภายหลังการตรวจสอบคุณภาพแล้วเพราะจะได้ไม่ต้องเสียเวลาและค่าฉลาก ถ้าผลไม้กระป๋องรุ่นใดไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ

การปิดฉลากกระป๋องเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ในการที่จะทราบข้อมูลว่าผลไม้กระป๋องที่ซื้อมานั้นเป็น ผลิตภัณฑ์อะไร ยี่ห้ออะไร ราคาเท่าไร มีส่วนประกอบอะไรบ้าง น้ำหนักสุทธิเท่าไร ทราบแหล่งผลิตและตรวจสอบได้ว่าเป็นผลไม้บรรจุกระป๋องที่ได้รับใบอนุญาต "อช" แล้วหรือไม่ ฉลากที่ปิดภายนอกของกระป๋องยังช่วยป้องกันสนิมที่จะเกิดขึ้นภายนอกของกระป๋องได้ ผลไม้บรรจุกระป๋องที่ปิดฉลากแล้วจะนำไปบรรจุใส่กล่องเพื่อป้องกันสนิมและการบุบของกระป๋อง

#### ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง มีโครงสร้างเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ คือ สัดส่วนต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สำคัญอยู่ที่วัตถุดิบ คือ ผลไม้สด เช่น สับปะรด ลำไย และเงาะ เป็นต้น โดยทั่วไปวัตถุดิบซึ่งเป็นต้นทุนส่วนใหญ่ของการผลิตจะมีประมาณร้อยละ 45-60 ของต้นทุนรวม อย่างไรก็ตามผลไม้บางประเภทที่มีราคาสูง เช่น ลำไย ลิ้นจี่ จะมีสัดส่วนต้นทุนของวัตถุดิบสูงขึ้นไปด้วย ซึ่งอาจสูงขึ้นไปจนถึงร้อยละ 70 ของต้นทุนการผลิตรวมส่วนค่าภาชนะบรรจุ เช่น ค่ากระป๋อง กล่อง กระดาษ ฉลากและกาว มีต้นทุนประมาณร้อยละ 24.8 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 17.6 จะเป็นค่าจ้างแรงงานร้อยละ 6.8 และค่าพลังงานและอื่น ๆ อีกร้อยละ 10.8

รายละเอียดของโครงสร้างต้นทุนการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องทั้งระบบ ซึ่งสะท้อนภาพจากการผลิตผลไม้กระป๋องหลัก ๆ 5 ประเภท ได้แก่ สับปะรดบรรจุกระป๋อง ไม่ว่าจะเป็นใครๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำไยบรรจุกระป๋อง เงาะบรรจุกระป๋อง เงาะสอดไส้สับปะรดบรรจุกระป๋อง และลิ้นจี่บรรจุกระป๋อง ซึ่งมีมูลค่าการผลิตรวมสูงถึงร้อยละ 95 ของอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้กระป๋องทั้งระบบ ดังนั้นค่าเฉลี่ยของต้นทุนการผลิตผลไม้กระป๋องทั้ง 5 ประเภท จึงน่าที่จะสะท้อนภาพ โครงสร้างต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องได้ ( ตารางที่ 3 )

### ปัญหาการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง

อุตสาหกรรมการเกษตรส่วนใหญ่จะมีปัญหาในเรื่องวัตถุดิบเข้ามาเกี่ยวข้องมากกว่าปัญหาด้านอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะวัตถุดิบเป็นผลผลิตการเกษตรที่ให้ผลผลิตตามฤดูกาล และขึ้นอยู่กับดินฟ้าอากาศในแต่ละปีอีกด้วยว่าจะอำนวยให้มากน้อยเพียงใด เพื่อให้โรงงานสามารถดำเนินการผลิตได้ตลอดทั้งปี จึงจำเป็นต้องมีวัตถุดิบป้อนโรงงานอย่างเพียงพอ และสม่ำเสมอรวมทั้งการขึ้นลงของราคาจะต้องไม่แตกต่างกันมากนักในช่วงระยะเดียวกัน ในกรณีของอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องก็เช่นเดียวกัน มีปัญหาสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เมื่อพิจารณาจากกำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิตจริงของอุตสาหกรรมผลไม้บรรจุกระป๋องแล้ว จะเห็นได้ว่าโรงงานต่าง ๆ ผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องได้ต่ำกว่ากำลังการผลิตถึงร้อยละ 58.5 และสาเหตุสำคัญก็มาจากขาดแคลนผลไม้สดป้อนโรงงานนั่นเอง การขาดแคลนผลไม้สำหรับป้อนโรงงานนั้นมิใช่สาเหตุมาจากความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรกับโรงงานยังไม่ดีพอ โรงงานได้ทำสัญญากับเกษตรกรให้ขายผลผลิตให้แก่โรงงาน แต่นาน ๆ ไปการปฏิบัติตามสัญญาก็หย่อนลง เช่น เกษตรกรเห็นว่าเมื่อปลูกได้ผลผลิตออกมาแล้วก็ควรเอาไปขายให้แก่พ่อค้าคนกลางหรือเอาไปขายเสียเองก็จะได้อาชีพดีกว่าเอามาส่งให้โรงงาน และโรงงานบางแห่งรับซื้อผลไม้สดจากพ่อค้าคนกลาง ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบสูง และถ้าผลไม้มีราคาดีพ่อค้าคนกลางก็จะนำไปจำหน่ายในท้องตลาดแทนที่จะขายให้แก่โรงงาน นอกจากนี้ในบางครั้งโรงงานก็จำเป็นต้องรับซื้อผลไม้จากพ่อค้าคนกลางในราคาสูง เพื่อให้เพียงพอใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ต้นทุนการผลิตผลไม้กระป๋องของไทยเฉลี่ยปี 2530

ผลิตภัณฑ์	ค่าวัตถุดิบ ผลไม้สด	กระป๋อง ฉลาก และกล่องกระดาษ	ค่าจ้าง แรงงาน	ค่าเชื้อเพลิง และพลังงาน	ค่าเสื่อม ราคา	ค่าดอกเบี้ย และอื่น ๆ
สับประรดกระป๋อง	47.0	35.0	7.0	3.0	2.0	6.0
เงาะกระป๋อง	56.0	24.5	9.0	2.5	1.5	6.5
เงาะสอดไส้สับประรด กระป๋อง	50.0	27.5	10.0	2.5	1.5	8.5
ลำไยกระป๋อง	67.0	19.0	4.0	4.0	2.0	4.0
ลิ้นจี่กระป๋อง	68.0	18.0	4.0	4.0	2.0	4.0
เฉลี่ย	57.6	24.8	6.8	3.2	1.8	5.6

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2531)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับความต้องการ

2. ปัญหาความไม่สม่ำเสมอของวัตถุดิบที่นำมาป้อนโรงงาน ปัญหานี้ส่งผลกระทบต่อทั้งโรงงานและเกษตรกร และมักจะเกิดเมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยว กล่าวคือ เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยว ปริมาณผลไม้ที่นำมาป้อนโรงงานจะมีมากเกินไปกำลังการผลิตของโรงงาน ประกอบกับการเก็บสต็อกวัตถุดิบไว้มาก ๆ ทำได้ยาก และมีปัญหาด้านอายุของการเก็บรักษาผลไม้สดเนื่องจากเน่าเสียง่าย เป็นเหตุให้เกษตรกรต้องแข่งขันกันเองในการเสนอขายผลไม้ แต่เมื่อสิ้นฤดูเก็บเกี่ยวก็ขาดแคลนผลไม้สด ทำให้โรงงานใช้กำลังการผลิตได้อย่างไม่เต็มความสามารถ

3. ปัญหาเรื่องมาตรฐานหรือคุณภาพของวัตถุดิบ เนื่องจากเกษตรกรยังคงเคยชินกับการปลูกผลไม้เพื่อป้อนตลาดผู้บริโภค โดยเฉพาะสับปะรด จึงทำให้นิยมปลูกสับปะรดผลโต ๆ ขนาดหนัก 3-4 กิโลกรัม แต่โรงงานสับปะรดบรรจุกระป๋องต้องการสับปะรดขนาดผลละ 1.2-2.5 กิโลกรัม ซึ่งมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 10-14.5 เซนติเมตร เพราะเป็นขนาดที่พอเหมาะกับการจักรและการบรรจุกระป๋อง แต่การที่นำสับปะรดที่นำไปบรรจุกระป๋องมีผลโตเกินไป จะทำให้เนื้อสับปะรดแท้ ๆ ที่ตัดบรรจุกระป๋องมีแกนหรือไส้ในติดอยู่ด้วยมากเกินไป (ตามมาตรฐานสากลสับปะรดบรรจุกระป๋องจะต้องมีแกนหรือไส้ในติดอยู่ไม่เกินร้อยละ 6) ทำให้ผลผลิตไม่ได้มาตรฐานและขาดความเชื่อถือจากผู้ซื้อ

4. ปัญหาทางด้านต้นทุนการผลิต อุตสาหกรรมผลไม้บรรจุกระป๋องของไทยยังมีต้นทุนการผลิตสูง เพราะวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตมีราคาสูง สำหรับแผ่นเหล็กอาบดีบุก (Tin Plate) ที่ใช้ทำกระป๋องบรรจุ ซึ่งส่วนมากต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ เนื่องจากแผ่นเหล็กอาบดีบุกที่ผลิตภายในประเทศเอง ยังมีจำนวนน้อยและคุณภาพสู้ของต่างประเทศไม่ได้ แต่การนำวัตถุดิบเช่นนี้เข้ามานั้น ทางกรมศุลกากรมีระเบียบการว่าจะต้องวางมัดจำค่าภาษีอากรเป็นเงินสด เมื่อมีการส่งออกแล้วทางกรมศุลกากรจะคืนภาษีให้ 7 ใน 8 ส่วนแต่การขอรับคืนนั้นมีพิธีการมากและล่าช้า ทำให้ผู้ผลิตต้องเสียดอกเบี้ยสำหรับเงินค้ำค่าภาษีอากรที่กรมศุลกากรเรียกเก็บไว้ อันเป็นผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ทั่วกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วย ส่วนกระดาษสำหรับใช้ทำกล่องบรรจุผลไม้กระป๋องซึ่งต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ ก็เป็นวัตถุดิบอีกชนิดหนึ่งที่มีราคาแพง ทำให้ผู้ผลิตต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับทำกล่องบรรจุผลไม้กระป๋องสูงขึ้น จริงอยู่กระดาษทำกล่องดังกล่าวผลิตขึ้นได้ในประเทศแล้ว แต่คุณภาพก็ยิ่งด้อยกว่าของต่างประเทศเพราะความเหนียวของกระดาษยังมีไม่พอ ดังนั้นผู้ผลิตผลไม้กระป๋องจึงยังนิยมใช้กระดาษทำกล่องจากต่างประเทศอยู่ นอกจากนี้วัตถุดิบที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งก็คือ น้ำตาล แม้ว่าประเทศไทยจะผลิตน้ำตาลได้เกินความต้องการ แต่โรงงานผลไม้บรรจุกระป๋องก็ต้องซื้อน้ำตาลในราคาสูง เนื่องจากราคาน้ำตาลในประเทศสูงกว่าราคาน้ำตาลจากต่างประเทศมาก โดยราคาน้ำตาลในประเทศมีราคากระสอบละประมาณ 1,000 บาท ส่วนราคาน้ำตาลในต่างประเทศนั้นราคาประมาณกระสอบละ 600 บาท

5. ปัญหาทางด้านแรงงาน เนื่องจากอุตสาหกรรมผลไม้บรรจุกระป๋องค่อนข้างจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก (Labour intensive) เพื่อทำหน้าที่คว้านเมล็ดและคัดเลือกคุณภาพของผลไม้ก่อนป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต เพราะเครื่องจักรจะช่วยให้เพียงการบรรจุและการพินิกกระป๋องเท่านั้น จึงเป็นเหตุให้ค่าใช้จ่ายทางด้านแรงงานสูงมาก อีกทั้งในระยะที่ผ่านมาประเทศไทยมีการลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น ผู้ผลิตบางรายจึงมีความวิตกว่าต้นทุนการผลิตจะสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัญหาการเข้าออกจากงานบ่อยครั้งและแรงงานขาดความชำนาญที่เพียงพอ

6. ปัญหาด้านเงินทุน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋องเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันสูง แต่อุตสาหกรรมผลไม้บรรจุกระป๋องของไทยยังต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยเงินกู้ตามอัตราตลาดการค้ำทั่วไป ในขณะที่อุตสาหกรรมประเภทเดียวกันในประเทศผู้แข่งขันเข้ารับภาระดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำกว่า สำหรับประเทศไทยนั้นอุตสาหกรรมผลไม้บรรจุกระป๋องไม่อยู่ในข่ายที่จะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้แหล่งเงินทุนที่สำคัญของอุตสาหกรรมนี้ก็คือธนาคารพาณิชย์ จึงทำให้โรงงานอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ในอัตราสูง โดยเฉพาะ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามทำซ้ำโดยไม่ขออนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หอสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อย่างไร้ผลไม้บรรจุกะป๋องต้องผลิตในฤดูที่มีวัตถุดิบมาก ๆ ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้เงินทุนในระยะสั้นเป็นจำนวนมากเมื่อโรงงานมีทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ ก็จำเป็นต้องกู้โดยขอมเสียดอกเบี้ยในอัตราสูงเพราะไม่มีทางเลือก ผลก็คือทำให้ต้นทุนการผลิตสูงและความสามารถที่จะแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ต่ำลง

7. ปัญหาเกี่ยวกับการร่วมลงทุนกับชาวต่างประเทศ เนื่องจากนักลงทุนในประเทศขาดแคลนเงินทุน จึงแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยใช้วิธีร่วมลงทุนกับบริษัทอุตสาหกรรมผลไม้บรรจุกะป๋องที่มีชื่อเสียงและมีฐานะมั่นคงของต่างประเทศ โดยทำการผลิตและส่งออกจำหน่ายในตลาดโลก ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทนั้น วิธีการเช่นนี้ช่วยแก้ไขปัญหาคารขาดแคลนเงินทุนได้ก็จริงแต่ก็ก่อปัญหาในระยะยาวขึ้น คืออุตสาหกรรมนี้ไม่สามารถเป็นตัวของตัวเองได้ ต้องพึ่งชาวต่างประเทศอยู่เรื่อยไป

8. ปัญหาพลังงาน โรงงานบางแห่งประสบกับปัญหาไฟฟ้าดับบ่อย ทำให้วัตถุดิบที่เตรียมไว้เกิดการเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพไป ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้

9. ปัญหาการแข่งขันของผู้ผลิต เนื่องจากโรงงานผลไม้บรรจุกะป๋องมีเป็นจำนวนมาก ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่โดยเฉพาะผู้ผลิตรายเล็กอาจจะผลิตได้ในราคาต้นทุนต่ำ ทำให้เกิดการแข่งขันตัดราคาจำหน่าย

#### การตลาด

ผลิตภัณฑ์ผลไม้ของประเทศไทยที่ผลิตได้ เป็นการผลิตเพื่อส่งออกเป็นส่วนใหญ่ หรือประมาณร้อยละ 70 ของผลผลิตทั้งหมด ตลาดภายในประเทศมีอัตราส่วนเพียงร้อยละ 30 เนื่องจากประชาชนนิยมบริโภคผลไม้สด ซึ่งมีราคาถูกและให้คุณค่าทางอาหารมากกว่าผลไม้บรรจุกะป๋อง ตลาดผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกะป๋องภายในประเทศส่วนใหญ่จึงอยู่ที่ภัตตาคาร ห้องอาหารในโรงแรม ตลอดจนกลุ่มผู้บริโภคที่ระดับรายได้

อยู่ในเกณฑ์สูง

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิถีการตลาด

วิถีการตลาดผลไม้บรรจุกระป๋องแบ่งได้ 3 ช่องทาง คือ

1. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้กับพ่อค้าส่งและส่งต่อไปยังพ่อค้าปลีก หรือ  
จำหน่ายให้กับผู้บริโภค

2. โรงงานผู้ผลิตส่งให้กับตัวแทนจำหน่ายและส่งต่อไปยังพ่อค้าส่ง หรือ  
พ่อค้าปลีก หรือ จำหน่ายให้กับผู้บริโภค

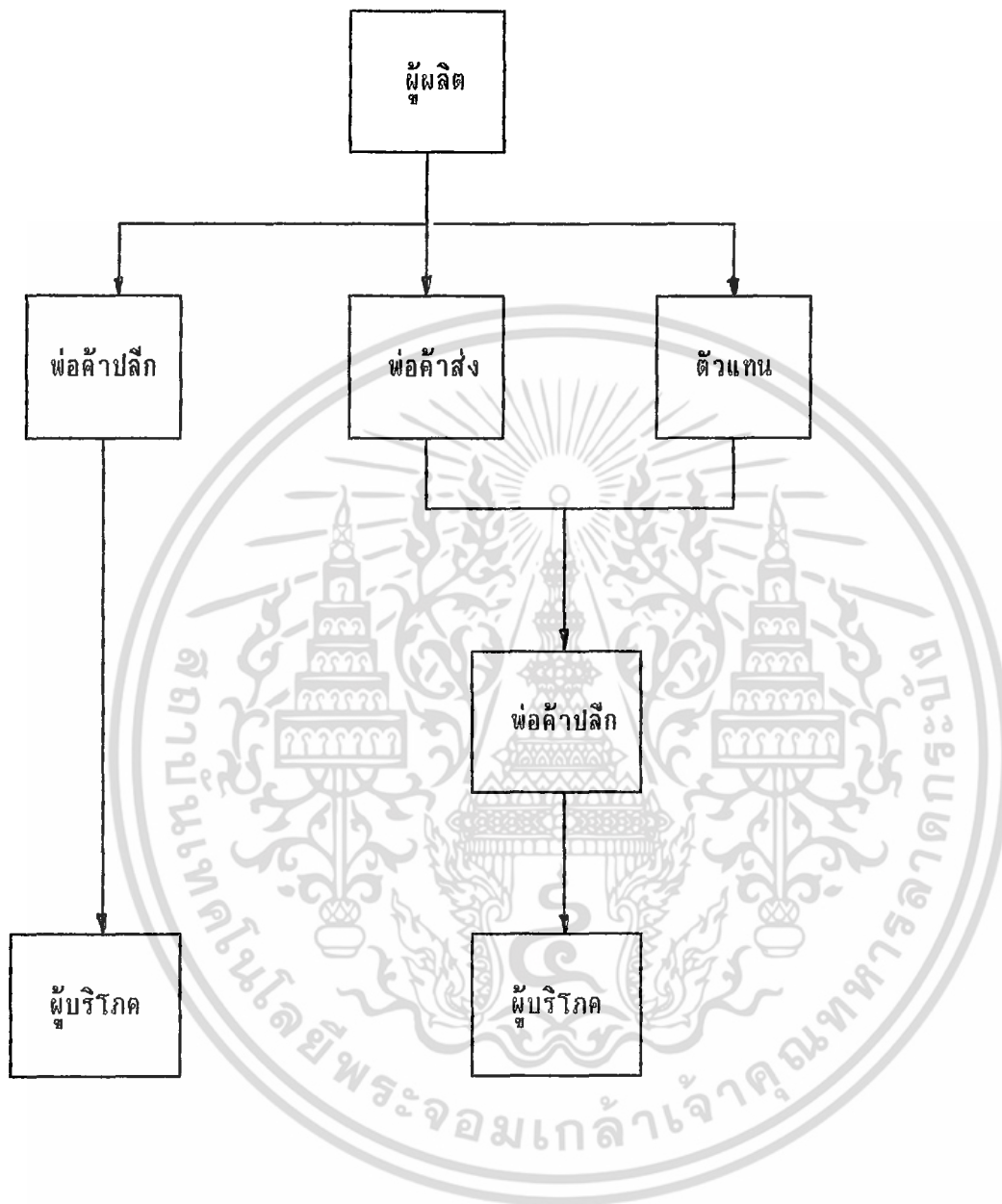
3. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้กับพ่อค้าปลีกหรือซูเปอร์มาร์เก็ตและจำหน่าย  
ให้กับผู้บริโภค

## ราคาจำหน่าย

ราคาจำหน่าย ผลไม้บรรจุกระป๋อง ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดและ  
ปริมาณผลผลิต ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. สับปะรดบรรจุกระป๋อง ราคา 15.50 - 28.75 บาทต่อกระป๋อง
2. ลำไยบรรจุกระป๋อง ราคา 25.00 - 58.75 บาทต่อกระป๋อง
3. ลิ้นจี่บรรจุกระป๋อง ราคา 29.50 - 55.00 บาทต่อกระป๋อง
4. เงาะบรรจุกระป๋อง ราคา 25.50 - 38.00 บาทต่อกระป๋อง
5. เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง ราคา 22.00-36.00 บาทต่อกระป๋อง
6. ฝรั่งสด ราคา 18.50 - 25.00 บาทต่อกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 วิธีการตลาดผลไม้กระป๋อง

ที่มา : ( กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2531 )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร  
ซึ่งใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์สัมภาษณ์ประชากรตัวอย่างจำนวน 150 ตัวอย่าง  
โดยกำหนดอายุเป็นเกณฑ์ สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากรตัวอย่าง

เพศ

จากประชากรตัวอย่างที่ทำการศึกษา 150 คน เป็นเพศชายจำนวน 37  
คน คิดเป็นร้อยละ 24.66 และเป็นเพศหญิงจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 75.34  
เหตุที่ได้ผลเช่นนี้ สืบเนื่องมาจากผู้ที่รับผิดชอบในการซื้ออาหารมักจะเป็นเพศหญิงมากกว่า  
เพศชาย (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 เพศ

เพศ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ชาย	37	24.66
หญิง	113	75.34
รวม	150	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ

ช่วงอายุของประชากรตัวอย่าง มีการแบ่งเป็น 5 ช่วง แต่ละช่วงเลือก  
จำนวนตัวอย่าง 30 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน

สถานภาพการสมรส

ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นโสด มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ  
60.00 และเป็นผู้ที่สมรสแล้ว มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 นอกนั้นเป็น  
หม้าย มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 สถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
โสด	90	60.00
แต่งงาน	48	32.00
หม้าย	12	8.00
รวม	150	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการศึกษา

การศึกษาของประชากรตัวอย่างอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือผู้มีการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 ผู้มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 ผู้มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ในระดับประถมศึกษา มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.68 และต่ำกว่าระดับประถมศึกษา มีจำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.68 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4	2.68
ประถมศึกษา	7	4.66
มัธยมศึกษา	17	11.33
อาชีวศึกษา หรือ เทียบเท่า	32	21.33
ปริญญาตรี	78	52.00
สูงกว่าปริญญาตรี	12	8.00
รวม	150	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพ

โดยทั่วไปประชากรตัวอย่างยังเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาคือผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทห้างร้าน มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 ผู้ที่มีอาชีพ ค้าขายและธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.66 ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการมีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 ผู้ที่มีอาชีพ รับจ้างมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และผู้ที่เป็นแม่บ้าน มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.34 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 อาชีพ

อาชีพ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	40	26.67
พนักงานบริษัทห้างร้าน	29	19.33
ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว	19	12.66
ข้าราชการ	17	11.33
รับจ้าง	16	10.67
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	10.00
แม่บ้าน	14	9.34
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### รายได้ต่อเดือน

ประชากรตัวอย่าง มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 2,500 บาท มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.34 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 2,501-5,000 บาท มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.66 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001-7,500 บาท มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,501-10,000 บาท มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.34 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.66 (ตารางที่ 8)

### ตารางที่ 8 รายได้ต่อเดือนประชากรตัวอย่าง

รายได้ต่อเดือน	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,500 บาท	35	23.34
2,501 - 5,000 บาท	34	22.66
5,001 - 7,500 บาท	27	18.00
7,501 - 10,000 บาท	29	19.34
สูงเกิน 10,000 บาท	25	16.66
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ประชากรตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 58.67 รองลงมาเป็นผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัว 7-9 คน มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 ผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัว 1-3 คนมีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.66 และผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 10 คน มีจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 6.00 (ตารางที่ 9)

### ตารางที่ 9 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน(คน)	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1-3	22	14.66
4-6	88	58.67
7-9	31	20.67
10 คนขึ้นไป	9	6.00
รวม	150	100

### ตอนที่ 2 ความคิดเห็นและพฤติกรรมการบริโภค

การศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นและพฤติกรรมด้านการบริโภค ของกลุ่ม

ประชากรตัวอย่างทั้งหมด 150 คน ได้ศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกที่ชอบและไม่ชอบการใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง โดยแยกตามระดับอายุของผู้บริโภค ประเภทของผลไม้ที่ชอบบริโภค ตารางที่ 10 ผู้บริโภคเลือกรับประทาน ระยะเวลา และสถานที่ที่ผู้บริโภคชอบตลอดจนสาเหตุที่เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องมาบริโภค ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้ การสำรวจจากผู้บริโภค จำนวน 150 คน ปรากฏว่าเป็นผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 81 และผู้ที่ไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ประชากรตัวอย่างที่ชอบและไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง

ชอบ/ไม่ชอบ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ชอบ	121	80.66
ไม่ชอบ	29	19.34
รวม	150	100

ประชากรตัวอย่างที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องแยกตามอายุ

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี ซึ่งชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และผู้ที่ไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องมีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67 และผู้ที่ไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33

การศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งชอบบริโภคผลไม้บรรจุ  
กระป๋องมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 93.33 และผู้ที่ไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุ  
กระป๋องมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ซึ่งชอบบริโภคผลไม้บรรจุ  
กระป๋องมีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และผู้ที่ไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุ  
กระป๋องมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ซึ่งชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง  
มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 73.33 และผู้ที่ไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง  
มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ประชากรตัวอย่างที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง แยกตามระดับอายุ

ชอบ/ไม่ชอบ	<21	21-30	31-40	41-50	>50
ชอบ	24 (80.00)	23 (76.67)	28 (93.33)	24 (80.00)	22 (73.33)
ไม่ชอบ	6 (20.00)	7 (23.33)	2 (6.67)	6 (20.00)	8 (26.67)
	30	30	30	30	30
รวม	100	100	100	100	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### เหตุผลที่ประชากรตัวอย่างไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง

ประชากรตัวอย่างที่ไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องเพราะชอบรับประทานของสดมากกว่า มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 38.36 รองลงมาเพราะกลัวอันตรายจากสารเคมี มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 21.92 ไม่แน่ใจคุณภาพ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.69 ไม่ชอบเพราะไม่พอใจรสชาติและคิดว่าราคาแพงเกินไป มีจำนวน 9 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.33 สำหรับผู้ที่ไม่ชอบบริโภคเพราะเห็นว่ารับประทานลำบากมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.37 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 เหตุผลที่ประชากรตัวอย่างไม่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง<sup>1</sup>

เหตุผล	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ชอบทานของสดมากกว่า	28	38.36
กลัวอันตรายจากสารเคมี	16	21.92
ไม่แน่ใจคุณภาพ	10	13.69
ไม่ชอบรสชาติ	9	12.33
ราคาแพงเกินไป	9	12.33
รับประทานลำบาก	1	1.37
<b>รวม</b>	<b>73</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ <sup>1</sup> เหตุผลในการเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยี่ห้อของผลไม้บรรจุกระป๋องที่ประชากรตัวอย่างชอบบริโภค

ประชากรตัวอย่างชอบผลไม้บรรจุกระป๋องยี่ห้อผลไม้ มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 49.33 รองลงมาคือยี่ห้อ UFC มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ยี่ห้อนกพิราบมีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 ยี่ห้อ Deli มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ยี่ห้อ ตราห่าน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.67 และยี่ห้ออื่น ๆ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ยี่ห้อของผลไม้กระป๋องที่ประชากรตัวอย่างชอบบริโภค

ยี่ห้อ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ผลไม้	74	49.33
UFC	25	16.67
นกพิราบ	23	15.33
Deli	5	3.33
ตราห่าน	4	2.67
อื่น ๆ	19	12.67
รวม	150	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหตุผลสำคัญที่ประชากรตัวอย่างเลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง

เหตุผลที่ประชากรตัวอย่างเลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องเพราะติดใจรสชาติ มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 51.11 รองลงมา เพราะชอบรสชาติห่อ มีจำนวน 28 คนคิดเป็นร้อยละ 13.89 ผู้ที่เลือกเพราะเพื่อนบอกต่อมาว่าดี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.22 ผู้ที่เลือกเพราะเห็นว่าราคาถูก มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 ผู้ที่เลือกเพราะชอบการโฆษณาและเหตุผลอื่น ๆ มีจำนวน 20 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.11 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 เหตุผลที่ประชากรตัวอย่างเลือกบริโภคผลไม้กระป๋องดังกล่าว<sup>1</sup>

เหตุผล	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ติดใจรสชาติ	92	51.11
ชอบรสชาติห่อ	25	13.89
ชอบการโฆษณา	20	11.11
เพื่อนบอกต่อว่าดี	13	7.22
ราคาถูก	10	5.56
อื่น ๆ	20	11.11
รวม	180	100

หมายเหตุ<sup>1</sup> เหตุผลในการเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของผลไม้บรรจุกระป๋องที่ประชากรตัวอย่างนิยมบริโภค

ประชากรตัวอย่างนิยมบริโภคผลไม้กระป๋อง มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.68 รองลงมา คือนิยมบริโภคเงาะกระป๋อง มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ผู้บริโภคที่นิยมบริโภค ลำไยกระป๋อง มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 ผู้บริโภคที่นิยมบริโภค เงาะลอยแก้วสอดไส้สับปะรด มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ผู้ที่นิยมบริโภคสับปะรดกระป๋อง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 ผู้บริโภคที่นิยมบริโภคผลไม้สด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และผู้บริโภคที่นิยมบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องอื่น ๆ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ประเภทของผลไม้กระป๋องที่ประชากรตัวอย่างนิยมบริโภค

ประเภทของผลไม้กระป๋อง	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ผลไม้กระป๋อง	46	30.68
เงาะกระป๋อง	33	22.00
ลำไยกระป๋อง	23	15.33
เงาะลอยแก้วสอดไส้สับปะรด	20	13.33
สับปะรดกระป๋อง	14	9.33
ผลไม้สด	9	6.00
อื่น ๆ	5	3.33
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### เวลาที่ประชากรตัวอย่างชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง

ประชากรตัวอย่างชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องโดยไม่จำกัดเวลา มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 36.13 รองลงมาคือ ช่วงเวลาเย็น มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 24.61 ผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในช่วงเวลาดึก มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.65 ผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในช่วงเวลากลางวัน มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.52 ผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง ในช่วงเวลาเช้า มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.66 ผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง ในช่วงเวลาบ่ายมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.62 ผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง ในช่วงเวลาสายมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.57 และผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาอื่น ๆ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.24 (ตารางที่ 16)

### เวลาที่ประชากรตัวอย่างชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องแยกตามอายุ

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี ส่วนใหญ่ไม่เลือกเวลาในการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาเป็นช่วงเวลาเย็นและเวลาดึก มีจำนวน 9 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลากลางวัน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.42 สำหรับผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาเช้า สาย และ บ่าย มีจำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาอื่น ๆ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.16

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่ไม่เลือกเวลาในการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 45.72 รองลงมาเป็นช่วงเวลาเย็น มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.71 ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลากลางวัน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาดึกและช่วงเวลาอื่นๆ มีจำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.71 และผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาเช้ามีจำนวน

1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 ช่วงเวลาที่ประชากรตัวอย่างชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง <sup>1</sup>

ช่วงเวลา	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ช่วงเช้า	7	3.66
ช่วงสาย	3	1.57
ช่วงกลางวัน	22	11.52
ช่วงบ่าย	5	2.62
ช่วงเย็น	47	24.61
ช่วงดึก	28	14.65
ไม่จำกัดเวลา	69	36.13
อื่น ๆ	10	5.24
รวม	191	100

หมายเหตุ <sup>1</sup> เหตุผลในการเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่ไม่เลือกเวลาในการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 45.95 รองลงมาเป็นช่วงเวลากลางวัน มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 21.62 ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาดึก มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 18.92 และ ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาเย็น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในช่วงเวลาเย็น มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือไม่เลือกเวลาในการบริโภคมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.71 ผู้ที่ชอบบริโภคซ์ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในช่วงเวลาดึก มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาเช้า มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาบ่าย มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 และ ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลากลางวัน มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

ประชากรตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีส่วนใหญ่ไม่เลือกเวลาในการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 36.11 รองลงมาเป็นช่วงเวลาน้ำเย็น มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลากลางวัน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาดึก มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.89 และผู้ที่ชอบบริโภคในช่วงเวลาอื่น ๆ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 (ตารางที่ 17)

### สถานที่

สถานที่ที่ประชากรตัวอย่างนิยมบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องส่วนใหญ่เป็นที่บ้าน มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาเป็นที่ร้านอาหาร มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 ผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในงานเลี้ยง มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในคอฟฟี่ช็อป มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 ผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในที่ทำงาน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 และผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในที่อื่น ๆ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 (ตารางที่ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ช่วงเวลาที่ประชากรตัวอย่างชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง แยกตามอายุ <sup>1</sup>

ช่วงเวลา	ต่ำกว่า 21	21-30	31-40	41-50	สูงกว่า 50
ช่วงเช้า	3(6.25)	1(2.86)		3(8.57)	
ช่วงสาย	3(6.25)				
ช่วงกลางวัน	5(10.42)	5(14.29)	8(21.62)	1(2.86)	3(8.33)
ช่วงบ่าย	3(6.25)			2(5.71)	
ช่วงเย็น	9(18.75)	9(25.71)	5(13.51)	15(42.86)	9(25.00)
ช่วงดึก	9(18.75)	2(5.71)	7(18.92)	5(14.29)	5(13.89)
ไม่จำกัดเวลา	14(29.17)	16(45.72)	17(45.95)	9(25.71)	13(36.11)
อื่น ๆ	2(4.16)	2(5.71)			6(16.67)
รวม	48(100)	35(100)	37(100)	35(100)	36(100)

หมายเหตุ <sup>1</sup> เหตุผลในการเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ช่วยให้ประชากรตัวอย่างตัดสินใจซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง

ประชากรตัวอย่างร้อยละ 68.00 คิดว่าวันที่ทำการผลิตมีผลกระทบต่อ  
การตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 36.00 คิดว่าลักษณะ Package มีผลกระทบต่อ  
การตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 32.00 คิดว่าตราสัญลักษณ์มีผลกระทบต่อ  
การตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 35.33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 สถานที่ที่ประชากรตัวอย่างนิยมบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง

สถานที่	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ที่บ้าน	111	74.00
ร้านอาหาร	13	8.67
งานเลี้ยง	10	6.67
คอฟฟี่ช็อป	8	5.33
ที่ทำงาน	2	1.33
อื่น ๆ	6	4.00
รวม	150	100

คิดว่าความสะดวกในการซื้อมีผลกระทบต่อการตัดสินใจปานกลาง ร้อยละ 53.33 คิดว่าราคา มีผลกระทบต่อการตัดสินใจปานกลาง ร้อยละ 44.00 คิดว่ารายได้ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง ร้อยละ 42.00 คิดว่าการโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง (ตารางที่ 19)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 ปัจจัยต่าง ๆ ที่ช่วยให้ประชากรตัวอย่างตัดสินใจซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง<sup>1</sup>

ปัจจัยต่าง ๆ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วันที่ผลิต	102(68.00)	28(18.67)	19(12.66)	1(0.67)	
ลักษณะ Package	45(30.00)	54(36.00)	35(23.33)	14(9.33)	2(1.34)
ตราชื่อ	36(24.00)	48(32.00)	45(30.00)	16(10.66)	5(3.34)
ความสะอาด	34(22.67)	45(30.00)	53(35.33)	17(11.33)	1(0.67)
ในการซื้อ					
ราคา	18(12.00)	32(21.33)	80(53.33)	19(12.67)	1(0.67)
รายได้	17(11.33)	36(24.00)	66(44.00)	23(15.33)	8(5.34)
การโฆษณา	12(8.00)	39(26.00)	63(42.00)	30(20.00)	6(4.00)
รวม	264	282	361	120	23

หมายเหตุ<sup>1</sup> เหตุผลในการเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง

สถานที่ซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง

สถานที่ที่ประชากรตัวอย่างนิยมซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง คือ ห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 62.66 รองลงมาคือ ร้านค้าปลีกข้าง ๆ บ้าน มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 ผู้ที่ซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องตามตลาดนัดมีจำนวนร้อยละ 10.67 นอกจากนี้ยังมีอีก 14.05% ที่ซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องตามร้านค้าปลีกอื่น ๆ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 ผู้ที่ชอบซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องจากรถเร่ขายตามหมู่บ้าน และ จากที่อื่น ๆ มีจำนวน 7 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.67 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 สถานที่ที่ประชากรตัวอย่างชอบซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง

สถานที่	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	94	62.66
ร้านค้าปลีกข้างบ้าน	31	20.67
ตลาดนัด	11	7.33
รถเร่ขายตามหมู่บ้าน	7	4.67
อื่น ๆ	7	4.67
รวม	150	100

ปริมาณผลไม้บรรจุกระป๋องที่ประชากรตัวอย่างซื้อไปรับประทาน

ประชากรตัวอย่างนิยมซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องในปริมาณ 2 - 4 กระป๋อง มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 64.67 ผู้ที่ชอบซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องในปริมาณ 1 กระป๋อง มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ ผู้ที่ชอบซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องในปริมาณ มากกว่า 5 กระป๋อง มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 (ตารางที่ 21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 ปริมาณผลไม้บรรจุกระป๋องที่ประชากรตัวอย่างซื้อไปรับประทาน

ปริมาณ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
1 กระป๋อง	27	18.00
2 - 4 กระป๋อง	97	64.67
มากกว่า 5 กระป๋อง	26	17.33
รวม	150	100

ความถี่ในการเลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง

ประชากรตัวอย่างที่ไม่กำหนดความถี่ที่แน่นอน ในการซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง ในแต่ละเดือน มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ ผู้ที่เลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องเดือนละ 2 ครั้ง มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 ผู้ที่เลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องเดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 ผู้ที่เลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องเดือนละ 3 ครั้ง มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 ผู้ที่เลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องเดือนละ 4 ครั้ง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.34 และผู้ที่เลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องซึ่งมีความถี่อื่น ๆ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตารางที่ 22)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 ความถี่ในการเลือกซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง

ปริมาณ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ครั้ง / เดือน	23	15.33
2 ครั้ง / เดือน	38	25.33
3 ครั้ง / เดือน	17	11.33
4 ครั้ง / เดือน	14	9.34
ไม่แน่นอน	48	32.00
อื่น ๆ	10	6.67
รวม	150	100

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพผลไม้บรรจุกระป๋อง

ประชากรตัวอย่างมีความเห็นว่า ราคาผลไม้บรรจุกระป๋องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 59.33 รองลงมา คือ เห็นว่าราคาแพง แต่คุณภาพไม่เหมาะสม มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.67 และผู้ที่เห็นว่าราคาผลไม้บรรจุกระป๋องถูกเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 (ตารางที่ 23)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคุณภาพผลไม้บรรจุกระป๋อง

ความคิดเห็น	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	89	59.33
ราคาแพงแต่คุณภาพไม่เหมาะสม	43	28.67
ราคาถูก คุณภาพสูง	18	12.00
รวม	150	100

ปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้บริโภครับรู้หลังจากบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง

ประชากรตัวอย่างที่ไม่ได้รับปัญหาจากการบริโภค มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 57.33 สำหรับผู้ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับรสชาติเปลี่ยน มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.66 ผู้ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการตกตะกอน มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ผู้ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการเน่าเสีย มี 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 ผู้ที่ประสบปัญหามีสิ่งสกปรกเจือปน และ ปัญหาอื่น ๆ มีจำนวน 10 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตารางที่ 24)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 ปัญหาที่ประชากรตัวอย่างประสบจากการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง

ปัญหา	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่ได้รับปัญหา	86	57.33
รสชาติเปลี่ยน	28	18.66
มีสิ่งสกปรกเจือปน	10	6.67
ตกตะกอน	9	6.00
เน่าเสีย	7	4.67
อื่น ๆ	10	6.67
รวม	150	100

พฤติกรรมหลังประสบปัญหาของผู้บริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง

ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาและยังคงบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องต่อไป มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือเลิกบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องเฉพาะยี่ห้อที่เกิดปัญหา มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 46.88 และผู้ที่เลิกบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องหลังจากประสบปัญหามีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.12 (ตารางที่ 25)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 การตัดสินใจหลังจากประสบปัญหาในการบริโภค

การตัดสินใจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ยังซื้อมาบริโภคอีก	32	50.00
เลิกบริโภคเฉพาะยี่ห้อใน	30	46.88
เลิกบริโภค	2	3.12
รวม	64	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง โดยสุ่มตัวอย่าง จากประชากรในกรุงเทพมหานครจำนวน 150 ตัวอย่าง โดยกำหนดอายุ เป็นเกณฑ์ ได้ผลดังนี้

สภาพทั่วไปของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75.34 เพศชาย ร้อยละ 24.66 เป็นโสดร้อยละ 60.00 การศึกษาของผู้บริโภคอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 52.00 รองลงมาคือระดับอาชีวศึกษาร้อยละ 21.33 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็น นักเรียน, นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาคืออาชีพเป็นพนักงานบริษัท, ห้างร้าน ร้อยละ 19.33 รายได้ของผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เกิน 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.34 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ระหว่าง 2,501-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.66 จำนวน สมาชิกในครอบครัวของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4-6 คน คิดเป็นร้อยละ 58.67 รองลงมาที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวระหว่าง 7-9 คน คิดเป็นร้อยละ 20.69

ความคิดเห็นและพฤติกรรมการบริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องคิดเป็นร้อยละ 80.66 และถ้าแยกตามระดับอายุ จะเห็นว่าผู้ที่มิใช่มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี เป็นผู้ที่ชอบบริโภค ผลไม้บรรจุกระป๋องมากที่สุด สำหรับผู้ที่มิชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง คิดเป็นร้อยละ

19.35 ส่วนใหญ่เป็นเพราะชอบรับประทานสดมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 28.20

ไม่กินเลย 20.5  
รองลงมาเพราะกลัวอันตรายจากสารเคมี คิดเป็นร้อยละ 21.92 ผู้บริโภคมักจะรู้จักประโยชน์ด้านการใช้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

41-89

ผลไม้บรรจุกระป๋องตราผลไม้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.33 รองลงมาคือตรา UFC

คิดเป็นร้อยละ 16.67 <sup>30.9</sup> เหตุผลที่สำคัญที่เลือกซื้อรับประทานก็เพราะติดใจรสชาติ คิด

เป็นร้อยละ 51.11 <sup>54.72</sup> รองลงมาเพราะชอบรสชาติ <sup>ไม่อร่อย</sup> คิดเป็นร้อยละ 13.89 <sup>11.32</sup> ประเภท

ของผลไม้บรรจุกระป๋องที่นิยมบริโภคคือผลไม้กระป๋อง <sup>อร่อยกว่า</sup> คิดเป็นร้อยละ 30.68 <sup>29.69</sup> รองลงมาคือ

เงาะกระป๋อง <sup>กินง่าย</sup> คิดเป็นร้อยละ 22.00 <sup>24.61</sup> เวลาที่ช้อปปิ้งไม่ค่อยแน่นอนนัก คิดเป็นร้อยละ

31.33 <sup>51.92</sup> รองลงมาคือเวลาเย็น คิดเป็นร้อยละ 26.61 <sup>19.46</sup> แต่ถ้าแยกตามระดับอายุแล้ว

ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี และผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มักไม่กำหนดเวลา

แน่นอนในการบริโภค ซึ่งต่างกับผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ซึ่งช้อปปิ้งบริโภคใน

ช่วงเวลาเย็น สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องมักจะเป็นที่บ้าน คิดเป็น

ร้อยละ 74.00 <sup>98.18</sup> รองลงมาเป็นร้านอาหาร <sup>บ้าน</sup> คิดเป็นร้อยละ 8.67 <sup>12.93</sup> สำหรับปัจจัยต่าง ๆ

ที่มีผลกระทบบต่อการซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง ร้อยละ 53.33 <sup>28</sup> เห็นว่าราคามีผลปานกลาง

ร้อยละ 22.00 <sup>25</sup> เห็นว่า ตรายี่ห้อ มีผลมาก <sup>มาก</sup> ร้อยละ 35.33 <sup>31</sup> เห็นว่าความสะดวกในการซื้อ

มีผลปานกลาง ร้อยละ 38.00 <sup>20</sup> เห็นว่าวันที่ทำการผลิต มีผลมากที่สุด ร้อยละ 42.00 <sup>25</sup>

เห็นว่าการโฆษณา มีผลปานกลาง ร้อยละ 36.00 <sup>23</sup> เห็นว่าลักษณะ Package มีผลมากและ

ร้อยละ 44.00 <sup>19</sup> เห็นว่ารายได้ มีผลปานกลาง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องจากห้างสรรพสินค้าคิดเป็นร้อยละ

62.66 <sup>72</sup> รองลงมาคือร้านค้าปลีกข้าง ๆ บ้าน <sup>บ้าน</sup> คิดเป็นร้อยละ 20.67 <sup>28</sup> ปริมาณที่ซื้ออยู่

ระหว่าง 3-4 <sup>2.4</sup> กระป๋อง <sup>50</sup> คิดเป็นร้อยละ 64.67 <sup>50</sup> ความถี่ในการเลือกซื้อในแต่ละเดือนมัก

ไม่แน่นอน <sup>74</sup> คิดเป็นร้อยละ 22.00 <sup>1</sup> รองลงมามักจะซื้อเดือนละ 2 ครั้ง <sup>1</sup> คิดเห็น

เกี่ยวกับคุณภาพเมื่อเทียบกับราคา ส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม <sup>62</sup> คิดเป็นร้อยละ 59.33

สำหรับทางด้านปัญหา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ค่อยประสบปัญหา <sup>62</sup> คิดเป็นร้อยละ 57.34 <sup>62</sup> ถ้า

ประสบปัญหา <sup>62</sup> มักจะเป็นปัญหาเกี่ยวกับรสชาติผลไม้บรรจุกระป๋องเปลี่ยน <sup>62</sup> คิดเป็น

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 18.67 รองลงมา เป็นปัญหาเกี่ยวกับการเน่าเสีย คิดเป็นร้อยละ 4.67 หลังจาก  
 ประสบปัญหาต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคร้อยละ 50.00 ก็ยังคงบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องนั้น  
 ต่อไป แต่ร้อยละ 46.88 จะเลิกบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องตลอดไป

### ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์

ผลไม้บรรจุกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องผ่านกระบวนการแปรรูปหลายขั้นตอน  
 ดังนั้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์จึงส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจของผู้บริโภคมาก จากการศึกษา  
 พบว่าประชากรตัวอย่างร้อยละ 10.67 เห็นว่าควรลดปริมาณการใช้สารเคมีลง ร้อยละ  
 0.67 เห็นว่าควรปรับปรุงภาชนะบรรจุให้สะดวกแก่การบริโภคมากขึ้น ร้อยละ 42.67  
 เห็นว่าควรปรับปรุงกระบวนการผลิตและคัดเลือกวัตถุดิบเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ส่วน  
 ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ ประชากรตัวอย่างร้อยละ 40.67 เห็นว่าควรกำหนดราคาให้  
 เหมาะสมกับคุณภาพ

### ข้อเสนอแนะ

แม้ผู้บริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องส่วนใหญ่ ไม่เคยประสบปัญหาในการบริโภค  
 ก็ตามแต่ผู้บริโภคบางส่วนก็ประสบปัญหาเกี่ยวกับการเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นทาง  
 บริษัทผู้ผลิตควรมีการควบคุมมาตรฐานการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะ  
 ทางด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ควรมีคุณภาพสดและสะอาด สารเคมีที่ใช้ประกอบการผลิต  
 ควรลดปริมาณให้มากที่สุด เพราะถึงแม้จะใช้ในปริมาณน้อยแล้วก็ตาม แต่ก็มีผลกระทบต่อ  
 ภาชนะบรรจุและส่งผลกระทบในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านภาวะบรรจุ ควรคำนึงถึงความสะดวกของกระป๋องเป็นหลัก ต้องแน่ใจว่าสารเคมีที่ใช้เคลือบกระป๋องจะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค สำหรับฉลากที่ปิด ควรพิมพ์ชื่อสารเคมีที่ใช้ให้แน่นอนพร้อมทั้งยืนยันด้วยว่าสารเคมีที่ใช้ไม่มีผลกระทบบใดๆ ต่อร่างกายผู้บริโภค ส่วนวันที่ผลิตและวันหมดอายุ ควรพิมพ์ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพราะถ้าหากผู้บริโภครับประทานผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพแล้ว ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกในทางลบต่อผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มซึ่งส่งผลเสียต่อผู้ผลิตเอง

ด้านราคา ผู้ผลิตควรหาทางลดต้นทุนการผลิตลง เพื่อกำหนดราคาผลไม้บรรจุกระป๋องให้ต่ำลงด้วย เป็นการจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องให้มากขึ้น เพราะผลไม้บรรจุกระป๋องถือเป็นอาหารว่างถ้าหากราคาสูงมากผู้บริโภคก็จะไม่สนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เอกสารอ้างอิง

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ และสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป. 2517. ภาวะและปัญหาสินค้าผลไม้บรรจุกระป๋อง. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ข่าวพาณิชย์

นริศพิศ ทุงการี. 2525. การตลาดเพื่อการส่งออกผลไม้กระป๋องในตะวันออกกลาง. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประชา เอมอมร. 2530. การพัฒนาการผลิตอาหารกระป๋อง. กรุงเทพมหานคร

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2531. สรุปภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรมกุมภาพันธ์ 2531. กรุงเทพมหานคร

รัชนก ทองอยู่. 2533. การศึกษาการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย  
กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

รัตนจิตต์ ธรรมวิทย์. 2520. การพัฒนาอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในประเทศไทย  
กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ สมศักดิ์ เต็มบุญ และจีรศักดิ์ พงษ์พิษณุจิตร. 2530.  
แนวโน้ม และลู่ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้บรรจุกระป๋องของไทยในตลาดโลก กรุงเทพมหานคร.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมศักดิ์ ตีรสิทธิ์. 2525. การวางแผนการผลิตสำหรับโรงงานผลไม้มะพร้าว  
ขนาดกลาง. กรุงเทพมหานคร : วิทยานพนธ์ปริญาโท ,  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2529. อุตสาหกรรม  
สับปะรดและผลไม้มะพร้าว . กรุงเทพมหานคร

อารยา ดำรงค์ศักดิ์ และ สุชาติดา วรากรณ์. 2528. รายงานภาวะเศรษฐกิจ  
อุตสาหกรรมผักและผลไม้มะพร้าว. กรุงเทพมหานคร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามที่.....

## โครงการปัญหาพิเศษ เรื่อง " พฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง "

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ไม่ต้องระบุชื่อผู้ตอบ ผู้ตอบสามารถเลือกตอบอย่างเสรี

กรุณาภาเครื่องหมาย / ใน ( ) หน้าข้อที่ท่านเลือกและกรอกข้อความ

ในช่องว่างที่กำหนดไว้

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

## 1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

## 2. สถานภาพการสมรส

- ( ) 1. โสด ( ) 2. สมรส

- ( ) 3. หม้าย

## 3. อายุ ..... ปี

## 4. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ต่ำกว่าประถมศึกษา ( ) 2. ประถมศึกษา  
 ( ) 3. มัธยมศึกษา ( ) 4. อาชีวศึกษา หรือ เทียบเท่า  
 ( ) 5.ปริญญาตรี ( ) 6. สูงกว่าปริญญาตรี (ระบุ).....

## 5. อาชีพ

- ( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา ( ) 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 ( ) 3. พนักงานบริษัทห้างร้าน ( ) 4. รับราชการ  
 ( ) 5. รับจ้าง (ระบุ)..... ( ) 6. ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว  
 ( ) 7. แม่บ้าน ( ) 8. อื่น ๆ ระบุ .....

## 6. รายได้ต่อเดือน

- ( ) 1. ไม่เกิน 2,500 บาท ( ) 2. 2,501 - 5,000 บาท  
 ( ) 3. 5,001 - 7,500 บาท ( ) 4. 7,501 - 10,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. สมาชิกในครอบครัว.....คน ( รวมผู้ให้สัมภาษณ์ )

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภค

1. ท่านชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องหรือไม่

- ( ) 1. ชอบ (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 3)  
( ) 2. ไม่ชอบ

2. สาเหตุที่ท่านไม่ชอบรับประทานผลไม้บรรจุกระป๋อง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ไม่ชอบรสชาติ ( ) 2. ไม่แน่ใจคุณภาพ  
( ) 3. ชอบรับประทานของสดมากกว่า ( ) 4. กลัวอันตรายจากสารเคมี  
( ) 5. ราคาแพงเกินไป ( ) 6. รับประทานลำบากต้องเปิดกระป๋อง  
( ) 7. อื่น ๆ โปรดระบุ .....

3. โดยปกติท่านชอบบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องยี่ห้อใดมากที่สุด

- ( ) 1. มาลี ( ) 2. นกพิราบ  
( ) 3. UFC ( ) 4. Deli  
( ) 5. ตราห่าน ( ) 6. อื่น ๆ โปรดระบุ .....

4. เพราะเหตุใดท่านจึงชอบรับประทานผลไม้บรรจุกระป๋องยี่ห้อดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ชอบรสชาติ ( ) 2. ตัดใจรสชาติ  
( ) 3. ชอบการโฆษณา ( ) 4. เพื่อนบอกต่อ ๆ มาว่าดีจึงลองซื้อดู  
( ) 5. ราคาถูก ( ) 6. อื่น ๆ โปรดระบุ .....

5. ผลไม้บรรจุกระป๋องประเภทใดที่ท่านนิยมบริโภคมากที่สุด

- ( ) 1. สับปะรดกระป๋อง ( ) 2. ลำไยกระป๋อง  
( ) 3. ลิ้นจี่กระป๋อง ( ) 4. เงาะกระป๋อง  
( ) 5. เงาะลอยแก้วสอดไส้สับปะรด ( ) 6. ฟรุตสลัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่รวบรวมไว้เพื่อใช้ในการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
( ) 7. อื่น ๆ โปรดระบุ .....

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ท่านมักบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องเวลาใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ช่วงเช้า ( ) 2. ช่วงสาย  
 ( ) 3. ช่วงกลางวัน ( ) 4. ช่วงบ่าย  
 ( ) 5. ช่วงเย็น ( ) 6. ช่วงดึก  
 ( ) 7. ไม่จำกัดเวลา ( ) 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

7. ท่านมักบริโภคผลไม้กระป๋องที่ใด

- ( ) 1. ที่บ้าน ( ) 2. ที่ทำงาน  
 ( ) 3. ร้านอาหาร ( ) 4. งานเลี้ยง  
 ( ) 5. งานสังสรรค์ ( ) 6. คอฟฟี่ช็อป  
 ( ) 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

8. ท่านคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ อย่างไรในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้

บรรจุกระป๋อง

มากที่สุด    มาก    ปานกลาง    น้อย    น้อยมาก

1. ราคา	...	...	...	...	...
2. ตรายี่ห้อ	...	...	...	...	...
3. ความสะอาดในการซื้อ	...	...	...	...	...
4. วันที่ผลิต หรือ วันที่	...	...	...	...	...
ควรบริโภคก่อน	...	...	...	...	...
5. การโฆษณา	...	...	...	...	...
6. ลักษณะการบรรจุหีบห่อ	...	...	...	...	...
7. ราชได้	...	...	...	...	...
8. อื่น ๆ โปรดระบุ .....	...	...	...	...	...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลไม้บรรจุกระป๋อง (กรณีที่ท่านซื้อเอง)

1. ท่านซื้อผลไม้กระป๋องจากที่ใดมากที่สุด

- ( ) 1. ร้านค้าปลีกข้าง ๆ บ้าน ( ) 2. ห้างสรรพสินค้า  
 ( ) 3. ตลาดนัด ( ) 4. รถเร่ขายตามหมู่บ้าน  
 ( ) 5. อื่น ๆ โปรดระบุ .....

2. ท่านซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องครั้งละ

- ( ) 1. 1 กระป๋อง ( ) 2. 2 - 4 กระป๋อง  
 ( ) 3. 5 กระป๋องขึ้นไป

3. ปกติ ท่านซื้อผลไม้กระป๋องกี่ครั้งใน 1 เดือน

- ( ) 1. 1 ครั้ง ใน 1 เดือน ( ) 2. 2 ครั้ง ใน 1 เดือน  
 ( ) 3. 3 ครั้ง ใน 1 เดือน ( ) 4. 4 ครั้ง ใน 1 เดือน  
 ( ) 5. ไม่นั่นเอง ( ) 6. อื่น ๆ โปรดระบุ .....

4. ผลไม้บรรจุกระป๋องที่ท่านซื้อนั้นท่านคิดว่าราคาเป็นอย่างไร เมื่อเทียบกับคุณภาพ

- ( ) 1. ราคาแพงแต่คุณภาพไม่เหมาะสม  
 ( ) 2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ  
 ( ) 3. ราคาถูกคุณภาพสูง

5. ท่านประสบปัญหาใดในการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง

- ( ) 1. เนื้อเสีย ( ) 2. รสชาติเปลี่ยน  
 ( ) 3. มีสิ่งสกปรกเจือปน ( ) 4. ตกตะกอน  
 ( ) 5. ไม่ได้รับปัญหา ( ) 6. อื่น ๆ โปรดระบุ .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. เมื่อท่านประสบปัญหาดังกล่าว ท่านยังซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องมาบริโภคอีกหรือไม่

- ( ) 1. ยังซื้อมาบริโภคอีก เพราะ .....
- .....
- ( ) 2. เลิกบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องเฉพาะยี่ห้อ นั้น เพราะ ..
- .....
- ( ) 3. เลิกบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋อง เพราะ .....
- .....

7. ข้อเสนอแนะต่อผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋อง

.....

.....

.....

.....

.....



ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้