



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง  
ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
กรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Canned Coffee Consumption of Agricultural  
Technology Faculty 's Students Kingmongkut 's Institute  
of Technology Ladkrabang.



T095977

โดย

นางสาวเนาวรัตน์ ด้อยศักดิ์

ปพ.  
๒๕๓๖ป  
๒541

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน.....  
วันเดือนปี.....

เสนอ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต ( พัฒนาการเกษตร )

พ.ศ.2541

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง  
ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Factors Affecting Canned Coffee Consumption of Agricultural  
Technology Faculty 's Students Kingmongkut 's Institute  
of Technology Ladkrabang.

โดย

นางสาวเนาวรัตน์ ต้อยศักดิ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
วท.บ.( พัฒนาการเกษตร )

เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ

*[Signature]* 21/5/41

(อาจารย์ ดร. ทิพวรรณ ลิ้มกูร)

กรรมการปัญหาพิเศษ

*[Signature]* 29/กค/41

(อาจารย์ ดำรงค์ชัย สิทธิโชค)

หัวหน้าภาควิชา

*[Signature]* 22 พ.ค. 41

(ผศ.ศุภสมบูรณ์ อึ้งรัตนการ)

ด.พ.

เอกสารที่ ๒๕๘๖๗ ที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณี ๒๕๔๐ สิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อ

เรื่อง : บัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง  
ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวเนาวรัตน์ ต้อยศักดิ์

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต ( พัฒนาการเกษตร )

สาขาวิชาเอก : พัฒนาการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ : .....

(อาจารย์ ดร. ทิพวรรณ ลิ้มงูร)

21 / 5 / 41 /

การศึกษาระดับบัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากประชากรทั้งหมด 1764 คน และได้สุ่มตัวอย่างนักศึกษา 95 คน

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอนด้วยกัน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 บัณฑิตที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นแบบปลายปิด (Close Form) และแบบปลายเปิด (Open Form) โดยใช้วิธีรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 95 คน จากนั้นนำแบบสอบถามมาหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษาพบว่านักศึกษาในคณะเทคโนโลยีการเกษตรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-23 ปี นักศึกษามีค่าใช้จ่ายอยู่ในระหว่าง 3000-4000 บาท/เดือน ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร และศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี ปี 4

ด้านรสชาติ นักศึกษาส่วนใหญ่จะบริโภคกาแฟผสมนมมากที่สุด เพราะรสชาติไม่เข้มข้น ถ้าราคาสูงขึ้นนักศึกษาจะหันไปบริโภคยี่ห้ออื่นแทน ความรู้สึกต่อราคายังอยู่ในระดับปานกลางที่สามารถซื้อได้ ในการโฆษณาพบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักสินค้า และมีส่วนช่วยในการตัดสินใจมากที่สุด ในด้านอื่นๆ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการบริโภค และยี่ห้อที่บริโภคพบว่ายี่ห้อที่บริโภคมากที่สุด คือ ยี่ห้อเบอร์ดี และพฤติกรรมการดื่มกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง พบว่า ส่วนใหญ่จะบริโภคนานๆ ครั้ง

ความคิดเห็นต่อการบริโภค ส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเครื่องดื่มของคนทั่วไป เหมาะสำหรับผู้ใหญ่ คนนอนดึก และ เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และไม่เห็นด้วยกับการที่จะดื่มทุกวัน หรือ ดื่มเพื่อสร้างบุคลิกภาพ หรือ หันสมัยและไม่แน่ใจว่าเป็นเครื่องดื่มที่ฟุ่มเฟือย ข้อเสนอแนะส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงด้านรสชาติ รองลงมา ก็คือ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณกาแฟที่บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพราะได้รับความช่วยเหลือจากหลายๆท่าน ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ อาจารย์ ดร.ทิพวรรณ ลิ้มงูร ซึ่งเป็นประธานกรรมการปัญหาพิเศษที่ได้กรุณาแนะนำแนวทางมาตั้งแต่ต้น อีกทั้งอาจารย์ ดำรงค์ชัย สิทธิโชค ซึ่งทำหน้าที่เป็นกรรมการปัญหาพิเศษ โดยให้ความช่วยเหลือในการตรวจทานแก้ไข และขอขอบพระคุณพ่อแม่ที่เป็นกำลังใจให้เป็นอย่างดีเสมอมา ขอขอบคุณเพื่อนๆที่ช่วยให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในด้านการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ด้วย ขอขอบคุณนักศึกษาทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทำให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายได้เป็นอย่างดี หากการศึกษาครั้งนี้บังเกิดผลดี ผู้ศึกษาต้องขอยกความดีนี้ ให้กับทุกท่านที่กล่าวถึงข้างต้นด้วย

เนาวรัตน์ ตัญจกตา

พฤษภาคม 2541

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

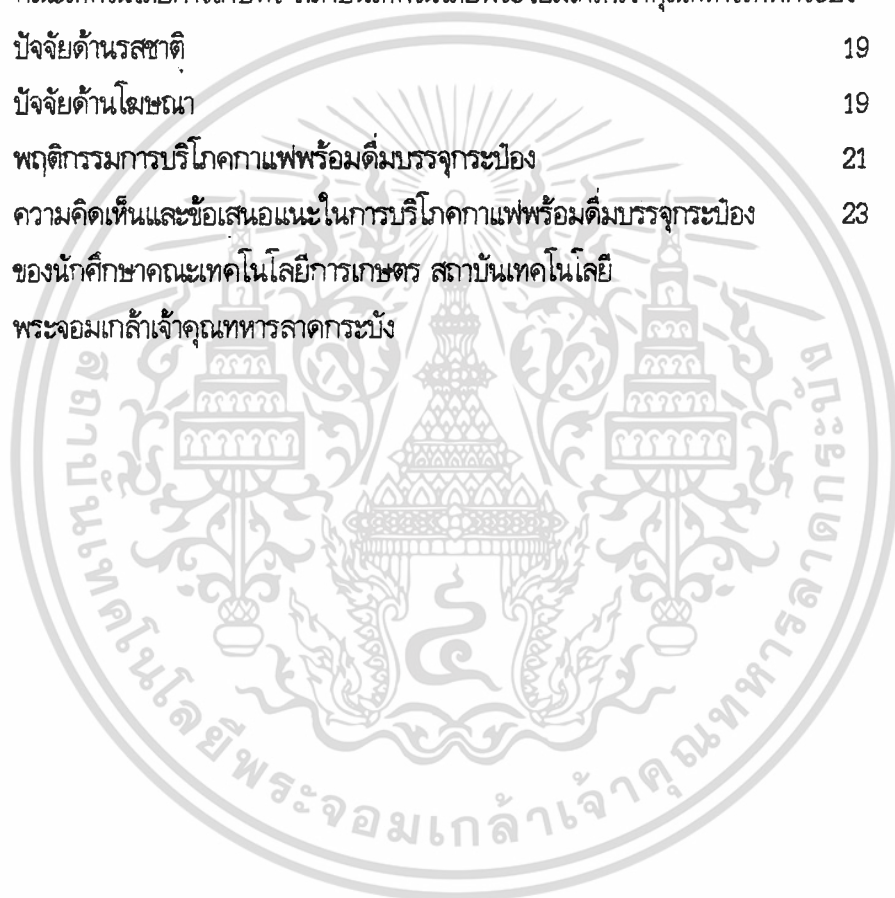
## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	ก
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 ตรวจสอบเอกสาร	5
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	10
- ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง	10
- อุปกรณ์ในการวิจัย	11
- การวิเคราะห์ข้อมูล	11
- ระยะเวลาในการดำเนินงาน	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
- ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาที่บริโภคร	14
- ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคร	18
- พฤติกรรมการบริโภคร	20
- ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการบริโภคร	22
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	25
- สรุปผลการศึกษา	25
- ข้อเสนอแนะต่อผลการวิจัย	26
- ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อวิธีทำการวิจัย	27
เอกสารอ้างอิง	28
ภาคผนวก	30
- แบบสอบถามปัญหาพิเศษ	31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงการปฏิบัติงาน	13
2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	16
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	18
4. ปัจจัยด้านรสชาติ	19
5. ปัจจัยด้านโฆษณา	19
6. พฤติกรรมการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง	21
7. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	23



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**บทที่ 1**  
**บทนำ**  
**(Introduction)**

**ความสำคัญของปัญหา**

อุตสาหกรรมเกษตร หมายถึง การผลิตที่ใช้ผลิตภัณฑ์ หรือผลผลิตจากการเกษตรเป็นวัตถุดิบ ซึ่งอาจผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ หรือจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศและเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมประชาชนส่วนใหญ่เดิมอยู่ในภาคเกษตรกรรมอุตสาหกรรมการเกษตรจึงเป็นอุตสาหกรรมเริ่มแรกที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2506 ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์โยมะพร้าว แป้งมันสำปะหลัง น้ำมันไม้กระป๋อง อาหารสัตว์ กาแฟสำเร็จรูป น้ำมันพืช ยางรถยนต์ (เสาวคนธ์, 2533)

ปัจจุบันกาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยชนิดหนึ่งมีการปลูกกาแฟในหลายจังหวัด เช่น ทางภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย อุดรดิตถ์ แพร่ น่าน ลำพูน และ ลำปาง ส่วนภาคตะวันออก ได้แก่ จันทบุรี ภาคใต้ปลูกมากที่สุดในจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี กระบี่ พังงา สตูล ยะลา นราธิวาส ปัตตานี ตรัง และ ภูเก็ต การปลูกกาแฟที่ไทยนิยมปลูก เป็นการค้ำมืออยู่ 2 พันธุ์ คือ พันธุ์โรบัสต้า และ พันธุ์อาราบิก้า ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศ กำลังพัฒนาด้านอุตสาหกรรม โดยที่รัฐบาลให้ความสำคัญในเรื่องอุตสาหกรรมเกษตรเป็นอุตสาหกรรมเริ่มแรกและอุตสาหกรรมผลิตกาแฟสำเร็จรูปก็เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการสนับสนุนนอกเหนือจากการบริโภคกาแฟภายในประเทศแล้วกาแฟยังมีช่องทางส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้ ซึ่งสถิติการส่งออกเมล็ดกาแฟดิบในปี พ.ศ. 2534/35 ประเทศไทยส่งออกเมล็ดกาแฟดิบปริมาณ 59,725 ตัน มูลค่า 1,083.34 ล้านบาท และกาแฟสำเร็จรูปปริมาณ 29.44 ตัน มูลค่า 2.765 ล้านบาท ต่อมาปี 2538/39 เมล็ดกาแฟดิบสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นมีปริมาณทั้งสิ้น 63,493 ตัน มูลค่า 2,605.59 ล้านบาท และกาแฟสำเร็จรูปปริมาณ 34.38 ตัน มูลค่า 105.60 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2540) การนำเข้ากาแฟและผลิตภัณฑ์กาแฟมาจากหลายประเทศซึ่งเป็นกาแฟดิบไม่ได้คั่วไม่ได้แยกกาแฟอื่นออก ปริมาณการนำเข้า 25,431 กิโลกรัม และกาแฟที่ผสมได้ทันที 229,098 กก. (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2537) ปัญหาที่พบมักเป็นปัญหาด้านการตลาด กล่าวคือ กาแฟในตลาดโลกมีการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ทำให้เกิดความผันผวนของราคา สำหรับการนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปผ่านกระบวนการผลิตจนได้เป็นกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องเป็นกระบวนการที่เป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับเมล็ดกาแฟดิบและทำให้เกิดความสะดวกในการบริโภค ตลาดกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมีแนวโน้มสามารถขยายตัวได้อีกมาก และกลุ่มผู้บริโภคก็ได้ให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์นี้ โดยเฉพาะในเขตที่ต้องเผชิญกับการเร่งด่วน เช่นกรุงเทพมหานคร และในจังหวัดใหญ่ๆอีกหลายจังหวัดเนื่องจากผู้บริโภคต้องทำงานแข่งขันทันทีกับเวลาและยังต้องเผชิญกับปัญหาการจราจรกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวกต่อการบริโภค การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อการศึกษาบริโคมกาน้ำพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมการขยายตลาดการบริโคมกาน้ำภายในประเทศได้

### **วัตถุประสงค์ของการศึกษา**

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโคมกาน้ำพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการบริโคมกาน้ำพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อเป็นแนวทาง ในการพัฒนาการผลิต และการตลาดของกาน้ำให้แก่มุ่งสนใจในการผลิตกาน้ำ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
2. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาสำหรับบุคคลที่สนใจ ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโคมกาน้ำพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง
3. เพื่อให้ข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการขยายตลาดกาน้ำ

### **ขอบเขตการศึกษา**

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะนักศึกษาเทคโนโลยีการเกษตรสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยศึกษาถึงข้อมูลทั่วไป และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโคมกาน้ำพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง โดยศึกษาถึงรสชาติ ราคา การโฆษณา อื่นๆรวมทั้งปัญหาและความคิดเห็น อันจะเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### **นิยามศัพท์**

กาน้ำพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผลที่แก่จัดของต้นกาน้ำ ในตระกูล Rubiaceae ผ่านกรรมวิธีเอาเมล็ดออก นำมาคั่วจนได้ที่โดยมิได้มีการผสมสิ่งอื่นใด แล้วนำมาสกัดด้วยน้ำเท่านั้น นำไปประเหยน้ำออกจนแห้งด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสม จะได้กาน้ำที่มีลักษณะเป็นผง จากนั้นนำมาผสมกับส่วนผสมต่างๆละลายในน้ำ แล้วผ่านกรรมวิธีการบรรจุกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รสชาติ หมายถึง สิ่งที่ได้ด้วยลิ้นโดยเฉพาะ เช่น เบียร์ว หวาน มัน เค็ม ที่มีต่อกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

ราคา หมายถึง ค่าสิ่งของต่าง ๆ คิดเป็นเงินตามที่ซื้อขายกันของกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

โฆษณา หมายถึง การเผยแพร่ออกไปยังสาธารณชน การป่าวร้อง การป่าวประกาศ เช่น การโฆษณาของกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

ความสะดวกในการบริโภค หมายถึง สภาพที่ไม่ติดขัดแต่คล่องตัวและรวดเร็วในการกินจับจ่ายใช้สอย

ยี่ห้อ หมายถึง สัญลักษณ์ของกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องของแต่ละกระป๋อง

ดื่มบ่อย หมายถึง การบริโภค 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ขึ้นไป

การบริโภคนานๆ ครั้ง หมายถึง การบริโภคประมาณ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ถึงนานๆครั้งหรือไม่แน่นอน

กาแฟชนิดเข้มขึ้น หมายถึง กาแฟที่มีส่วนผสมของกาแฟผง มากกว่า 2% เรียกกาแฟดำ กาแฟโรบัสต้า

กาแฟชนิดไม่เข้มขึ้น หมายถึง กาแฟที่มีส่วนผสมของกาแฟผง ไม่เกิน 1.8% เรียกกาแฟผสมนมหรือ ผสมโกโก้

กาแฟดำ หมายถึง กาแฟชนิดเข้มขึ้น มีส่วนผสมของกาแฟเยาะกว่าส่วนอื่นๆ

กาแฟผสมโกโก้ หมายถึง กาแฟชนิดไม่เข้มขึ้น มีส่วนผสมของกาแฟดำและส่วนผสมของโกโก้

กาแฟผสมนม หมายถึง กาแฟชนิดไม่เข้มขึ้น มีส่วนผสมของกาแฟดำและส่วนผสมของนม

ราคาถูก หมายถึง ราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาดหรือต่ำกว่า 10 บาท/180 มิลลิลิตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาปานกลาง หมายถึง ราคาตามท้องตลาด หรือเท่ากับ 10 บาท /180 มิลลิตร

ราคาแพง หมายถึง ราคาที่สูงกว่าท้องตลาด หรือ สูงกว่า 10 บาท/180 มิลลิตร

กระป๋องบุบเป็นสนิมหมายถึง สภาพภายนอกของภาชนะบรรจุ /กระป๋องกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ที่มีสภาพไม่สมบูรณ์ หรือมีลักษณะผิดไปจากเดิม

การกระจายสินค้า หมายถึง การแพร่กระจายของกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องไปยังสถานที่ต่างๆ ให้มากขึ้น

สินค้า หมายถึง กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

การส่งเสริมการขาย หมายถึง กลยุทธ์ วิธีการ ที่จะทำให้สินค้าเปลี่ยนจากมือผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น

หาซื้อยาก หมายถึง ความยากลำบากต่อการที่จะได้มาของกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

โทรทัศน์ หมายถึง สื่อที่เผยแพร่ให้รู้จักกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องได้จากภาพและเสียง สะดวกในการรับชมของผู้บริโภค มีการออกอากาศ ตามสถานีโทรทัศน์

นิตยสาร หมายถึง สื่อที่เผยแพร่ให้รู้จักกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องได้จากการอ่านซึ่งจะมีให้อ่านเจาะจงเฉพาะกลุ่มไม่มี ทุกวัน เป็นสัปดาห์ เป็นเหตุการณ์ในอดีตถึงปัจจุบัน

วิทยุ หมายถึง สื่อที่เผยแพร่ให้รู้จักกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องได้จากการฟัง

หนังสือพิมพ์ หมายถึง สื่อที่เผยแพร่ให้รู้จักกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องได้จากการอ่านทุกวัน เป็นเหตุการณ์ปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### ตรวจเอกสาร

#### (Review of Related Literature)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับกาแฟและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

อุดม โกลัยสุก (2527) ได้อธิบายลักษณะโดยทั่วไปของกาแฟว่าเป็นพืชที่อยู่ในตระกูล Rubiaceae มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Coffea arabica*, L. กาแฟเป็นต้นไม้ขนาดเล็ก หรือเรียกว่าเป็นไม้พุ่มก็ได้ มีลำต้นตั้งตรง มีใบออกตรงซ้ออยู่ตรงข้ามกันมองดูเป็นคู่ เมื่อกาแฟเติบโตขึ้นกิ่งกาแฟจะออกตรงโคนกิ่ง ใบแยกออกตรงข้ามกัน ดอกกาแฟมีสีขาวบริสุทธิ์ มีกลิ่นหอมคล้ายมะลิป่า รูปคล้ายดาว มีก้านสั้น อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ส่วนใหญ่ดอกกาแฟออกจากซ้อของกิ่งกาแฟ เริ่มไปจากซ้อที่อยู่ใกล้ลำต้น ออกไปหาปลายกิ่ง จะมีเพียงส่วนน้อยที่ออกตามซ้อของต้นกาแฟ เป็นดอกสมบูรณ์เพศ มีทั้งเกสรตัวผู้และเกสรตัวเมียอยู่ในดอกเดียวกัน ผลกาแฟมีลักษณะคล้ายลูกหว้า ภายในผลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งๆมีเมล็ดกาแฟ 1 เมล็ด ถ้าหากเมล็ดหนึ่งเมล็ดได้ลิบ เมล็ดที่เหลือจะมีรูปกลมคล้ายรูปกระบอกตัด จะมีสีแดงปนน้ำตาล กาแฟซ้อหนึ่งๆที่ให้ผลกาแฟแล้ว ในปีต่อไปจะไม่ให้ผลอีก แต่ผลกาแฟจะออกดอกต่างๆไปในซ้อที่ยังไม่ออกผล ซึ่งตามปกติแล้วกาแฟจะออกผลจากซ้อที่ใกล้ลำต้นออกไปสู่ปลายกิ่ง

เสาวภา ชูมุสิก (2524) ได้ศึกษา เรื่องสภาวะการผลิตและการตลาดสารกาแฟ ในประเทศไทย พบว่า สารกาแฟส่วนมากได้มาจากกาแฟพันธุ์โรบัสต้าร้อยละ 90 อีกร้อยละ 10 ได้มาจากพันธุ์อาราบิก้า กาแฟเป็นไม้ยืนต้น นิยมปลูกตามไหล่เขา และ บนเนินดิน พื้นที่ปลูกมีลักษณะเป็นดินร่วนปนทราย เพราะมีความอุดมสมบูรณ์และระบายน้ำได้ดี ประเทศไทยมีการปลูกกาแฟโรบัสต้ากันมากในภาคใต้ถึง ร้อยละ 93 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด และจังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูกกาแฟมากที่สุด ได้แก่ ชุมพร นครศรีธรรมราช และยะลา ตลาดกาแฟในภาคใต้เป็นตลาดที่ประเทศไทยมีมากที่สุด คือ นครศรีธรรมราช เนื่องจากเกษตรกรนิยมทำไร่กาแฟ ในลักษณะที่เป็นเชิงเศรษฐกิจมากกว่า และยังเป็นอุปทานสารกาแฟที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ ในปี 2497 เป็นต้นมา รัฐบาลได้ส่งเสริมให้ผลิตสารกาแฟมากขึ้นจนเกินความต้องการภายในประเทศ และสามารถส่งเป็นสินค้าออกได้

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2532) ได้จัดทำหนังสือเรื่องนโยบายการพัฒนากาแฟอาราบิก้า ปี 2532 ได้ผลสรุปว่ากาแฟพันธุ์อาราบิก้าเป็นพันธุ์ที่ปลูกได้ดีในสภาพพื้นที่สูงทางภาคเหนือของประเทศไทย ในปัจจุบันความต้องการกาแฟพันธุ์อาราบิก้าสูงขึ้นเรื่อยๆ แต่ปริมาณผลผลิตยังมีน้อยอยู่การผลิตในปัจจุบันยังขาดการใช้เทคโนโลยี ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพัฒนากาแฟอาราบิก้าเพื่อให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ในด้านการปลูกเพื่อทดแทนผืนก็เป็นกรเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรด้วย ในด้านการตลาด มีการนำเข้ากาแฟอาราบิก้าในรูปกาแฟสำเร็จรูป โดยปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ด้านการส่งออก จำนวน 80 ตัน คิดเป็นมูลค่า 8.0 ล้านบาท สำหรับปัญหาต่างๆ มีปัญหาด้านการผลิต ซึ่งเกิดจากการขาดแคลนพันธุ์กาแฟที่มีคุณภาพ . เกษตรกรขาดความรู้และเงินทุน การถ่ายทอดเทคโนโลยีไปยังเกษตรกรยังไม่มีมากนัก ส่วนปัญหาด้านการตลาดมีการลักลอบนำเข้ากาแฟอาราบิก้าจากพม่า เขมร และลาว รวมทั้งทางชายแดนภาคใต้ด้วย ทางด้านนโยบายและมาตรการที่สำคัญในด้านการผลิตมีโครงการพัฒนา และส่งเสริมการปลูกกาแฟทางภาคเหนือ กำหนดเขตเกษตร เศรษฐกิจและจดทะเบียนผู้ปลูกกาแฟ ในปี 2525 ส่วนด้านการตลาดรัฐบาลได้ห้ามการนำเข้ากาแฟสำเร็จรูป ตั้งแต่ปี 2530

ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและการตลาดกาแฟโดยรวมมีดังต่อไปนี้ (นิรนาม:2534:117)

### 1. ปัจจัยด้านการผลิต

1.1 การดูแลรักษา ถ้าเกษตรกรขาดการเอาใจใส่ดูแลต้นกาแฟขณะที่ออกผลอาจจะมีโรคและแมลงทำลายเมล็ดให้มิดำหนิหรือร่วงรอยและเสียหายได้

1.2 การเก็บเกี่ยวเมล็ดกาแฟดิบ ในกรณีที่เก็บเมล็ดกาแฟที่ยังไม่แก่จัด เมื่อนำมาตากและสีเอาเปลือกออกจะได้เมล็ดกาแฟที่มีสีดก และคุณภาพรสชาติจะเสียไป

1.3 การตากหากตากเมล็ดกาแฟบนพื้นดินจะพบว่ามีสิ่งเจือปนมากกว่าตากบนพื้นคอนกรีต ดังนั้นถ้าเป็นไปได้ควรหลีกเลี่ยงเสีย

1.4 การสีกะเทาะ เปลือกเมล็ดกาแฟดิบ ถ้าปรับเครื่องสีให้ของชิดกันเกินไป เมล็ดกาแฟอาจถูกบดแตกมาก แต่ถ้าห่างเกินไป ผลกาแฟขนาดเล็กจึงลอดผ่านเครื่องออกมาได้

1.5 การคัดคุณภาพ เมื่อผ่านขั้นตอนการสีกะเทาะเปลือกแล้ว ควรที่จะมีการคัดแยกเมล็ดกาแฟคุณภาพต่ำและสิ่งเจือปนต่างๆออก

1.6 การเก็บรักษา การเก็บในกระสอบป่านที่แห้งและสะอาดจึงมีความเหมาะสมมากกว่าการเก็บในถุงพลาสติกหรือกระสอบปุย

### 2. ปัจจัยด้านการตลาด

2.1 ระบบการซื้อขาย ทางการค้าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันยังขาดการกำหนดขั้นมาตรฐานคุณภาพที่แน่นอน ส่วนใหญ่มีการซื้อขายโดยใช้คุณภาพรวมไม่แยกเกรด จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรขาดแรงจูงใจในการคัดคุณภาพการจำหน่าย

2.2 ความเคลื่อนไหว ของราคากาแฟ เนื่องจากราคากาแฟภายในประเทศจะเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์กาแฟของตลาดต่างประเทศ ดังนั้น ราคาก็มีผล ต่อการพัฒนาคุณภาพของเกษตรกรทั่วไป กล่าวคือ หากปีใดกาแฟมีราคาสูงคุณภาพ ของกาแฟที่เกษตรกรนำออกจำหน่ายจะดีกว่าปีที่มีราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตกต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรต้องเก็บเกี่ยวให้ได้ปริมาณมาก แต่ในทางตรงกันข้าม หากปีใดกาแฟมีราคาตกต่ำเกษตรกรจะค่อนข้างพิถีพิถันในการเก็บเกี่ยว และการคัดคุณภาพ

เพียงเพียง สิริคุปต์ (2539) ได้กล่าวถึงการแข่งขันทางการตลาดว่ามีหลายบริษัทได้ทำการโฆษณาทางโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น เนสกาแฟ แบล็คแคนยอน ฉลาม โกลบอล เบอร์ดี้ คอฟฟี่ แต่สำหรับพีริชช ไทโรพี ยูนิฟ ยังไม่มีการโฆษณาอย่างเด่นชัด ส่วนใหญ่เป็นการพิมพ์โบรชัวร์วางไว้ชั้นขายสินค้า ตามซูเปอร์มาเก็ต ตามห้างสรรพสินค้า เพื่อให้รู้ว่าสินค้าของตนมีรสชาติอะไรบ้าง ซึ่งส่วนใหญ่คล้ายกันแต่ต่างกันแค่ความเข้มข้น ที่ขายในปัจจุบันเป็นรสชาติเข้มข้น ผลสมนม ซึ่งราคาประมาณ 8 - 10 บาท ตามปริมาณของสินค้า ซึ่งสื่อโฆษณาต่าง ๆ ทราบตราของแต่ละบริษัทและอยากที่จะบริโภคตราใหม่ ๆ ที่เข้ามาในตลาด

นิรนาม (2538) กล่าวว่า บริษัทสากลธุรกิจเลิศรวมมิตร จำกัด ได้นำเข้ามาแพพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องจากประเทศไต้หวัน ชื่อ มิสเตอร์บราวน์ มาขายในประเทศไทยคือ มีจุดขายที่รสชาติของกาแฟแท้ผลิตจากกาแฟบราซิลไม่หวานจัดมีประโยชน์ต่อสุขภาพสำหรับผู้ที่ไม่ชอบรสหวานสะดวกเปิดดื่มได้ทันทีไม่ต้องเขย่ากระป๋องขนาด 250 มิลลิลิตร ราคา 15 บาท กลุ่มเป้าหมายคือ นักธุรกิจ ข้าราชการ ทางด้านช่องทางการจำหน่ายเป้าหมายช่วงแรกจะเน้นขายผ่านห้างสรรพสินค้าทั่วไปเป็นหลักและมีแผนจัดตั้งตู้อัตโนมัติตามอาคารสำนักงานใหญ่ ๆ ในอันดับต่อไปการโฆษณาจะให้ผู้บริโภคทดลองชิมตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป พร้อมทั้งออกสื่อสนับสนุนทางนิตยสารและวิทยุ และโครงการขยายตลาดของ มิสเตอร์บราวน์จะเพิ่มอีก 2 รสชาติคือ บูลเมัทเทน และแมนดาริน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากเมล็ดกาแฟเกรดสูง รสชาติเข้มข้นราคา 20 บาท

นิรนาม (2540) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมต่อไปอีกว่า ตลาดกาแฟกระป๋องในประเทศไทย บริษัทโคคา โคลา เนสท์เล่เวอเรอ (ประเทศไทย) นำกาแฟกระป๋อง 2 รสชาติ ได้แก่ เนสกาแฟเอ็กซ์ตรา และเนสกาแฟ คาเฟโอเล มีลักษณะที่สะดุดตา โดยที่เนสกาแฟเอ็กซ์ตรา เป็นรสชาติอร่อยเข้มข้น หอม รสกาแฟแท้ ซึ่งบรรจุในกระป๋องสีเขียวมีตราสัญลักษณ์ NESCAFE เป็นแนวตั้งเหมาะสำหรับผู้ชอบกาแฟเข้มข้น ส่วนเนสกาแฟคาเฟโอเล ในกระป๋องสีทอง เป็นกาแฟที่มีรสชาติหอมมัน กลมกล่อม เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ชอบความอ้วนหวานมันของกาแฟเย็น ซึ่งผลจากการสำรวจตลาดก่อนที่จะมีการออกตัวผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ ก็พบว่าผู้บริโภคต่างก็ชอบรสชาติเนสกาแฟทั้ง 2 นี้

กฤติกา นพรัตน์ (2540) ได้กล่าวไว้อีกว่า กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องกำลังเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลังซึ่งการโฆษณากาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องเป็นสาเหตุที่ทำให้ต้องมีการแข่งขันกันมากเพื่อให้สินค้าของตนเป็นที่คุ้นหูของคนทั่วไปซึ่งการแข่งขันทางการตลาดของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลายยี่ห้อ ทาง อย และสมาคมโฆษณา จึงให้ความสนใจมาก ซึ่งตรงจุดนี้จึงเป็นสาเหตุที่บริษัทที่รับผิดชอบสินค้าต้องระมัดระวังมากในการโฆษณา

ภาณุ ลิ้มทอง (2539) ได้กล่าวไว้ว่า อัตราการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังของคนไทยนั้นนับได้ว่าสูงมาก แต่ละปีมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 15,000 ล้านบาท มีการเติบโตที่เรียกว่า เป็นเท่าตัวมาหลายปีด้วยแรงกระตุ้นจากสื่อโฆษณาอย่างไม่อันจากกลุ่มเป้าหมายที่ต้องใช้แรงงานเป็นเครื่องมือหากินสมัยก่อนที่เครื่องดื่มให้กำลังงานชดเชย 10 บาท ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ซื้อดื่มกันวันละ 4-6 ขวด ด้วยฤทธิ์ของกาเฟอีน ซึ่งเข้าไปกระตุ้นการทำงานของสมองและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนกาเฟอีนเพียง 65 - 100 มิลลิกรัม ก็เพียงพอจะทำให้ร่างกายกระชุ่มกระชวย กระปรี้กระเปร่า หัวใจเต้นแรงและไม่่วงนอน แต่ถ้าหากได้รับกาเฟอีนในปริมาณ 150 มิลลิกรัม จะกระตุ้นการทำงานทุกส่วนของสมองทำให้ไม่รู้สึกเมื่อยล้ามีความกระฉับกระเฉง และ ขยันทำงาน นี่คือเหตุผลที่ว่าทำไมผู้ใช้แรงงานจึงนิยมบริโภคถึงวันละ 4 - 6 ขวด

จรินทร์ญา จิรภาส (2534) ได้ศึกษาว่า ผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูปควรมีการปรับปรุงและพัฒนา อุตสาหกรรมประเภทนี้ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นโดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทควรมีการปรับปรุงส่วนผสมของกาแฟสำเร็จรูป ชนิดผสมสำเร็จรูปให้มีรสชาติที่ดีหรืออาจปรับปรุงในส่วนของการรสชาติกาแฟสำเร็จรูปที่ไม่ได้ผสมส่วนผสมใดๆ ในส่วนของผลิตภัณฑ์ในด้านอื่นๆ ในตัวของกาแฟสำเร็จรูปผู้บริโภคยังพบว่ากาแฟมีการปลอมปน คือกาแฟมีส่วนผสมอื่นๆ ไม่ใช่กาแฟแท้ร้อยเปอร์เซ็นต์ซึ่งบริษัทที่ผลิตก็ควรปรับปรุงเป็นประการแรก ส่วนประการที่สอง คือด้านราคาโดยการขยายตลาดกาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศควรเน้นหนักในด้านการรักษารสชาติและคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากลราคาของผลิตภัณฑ์พอสมควรเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมในประเทศและยังทำให้ส่วนครองตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นอีกด้วย สำหรับประการที่สาม ควรพิจารณาถึงช่องทางการจำหน่ายที่ให้ความสะดวกในการเลือกซื้อของผู้บริโภคมีการขยายตลาดให้มากขึ้นและควรมีมาตรการควบคุมการลักลอบนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปทางชายแดนภาคใต้อย่างเข้มงวด มีการลงโทษผู้กระทำผิดอย่างหนักเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมประเภทนี้ให้มีส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้นจากเดิม ประการสุดท้าย ทางด้านการโฆษณาซึ่งทางภาครัฐบาลควรมีการโฆษณาให้ผู้บริโภคเห็นว่ากาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศมีรสชาติที่ทัดเทียมกับของต่างประเทศ และในส่วนของบริษัทที่ผลิตกาแฟสำเร็จรูปควรมีการโฆษณาให้เห็นถึงคุณภาพที่ควบคู่กับราคาของกาแฟสำเร็จรูปที่สูงจนเกินไป รวมทั้งการโฆษณาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วย

ภัทราภรณ์ หวังสร้างคานนท์ (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อกาแฟพร้อมดื่ม บรรจุกระป๋องโดยสุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โสด มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ซึ่งจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท โดยส่วนใหญ่บริโภคเพราะความสะดวกและบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องตราเบอร์ดีมากกว่าตราอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนผสมที่นิยมมากที่สุดคือ เป็นสูตรกาแฟผสมนมโดยไม่จำกัดสถานที่และเวลา ไม่นิยมบริโภคพร้อมกับของวาง ผู้บริโภคจะหาซื้อจากซูเปอร์มาเก็ต เมื่อผู้บริโภคซื้อกาแฟบรรจุกระป๋องไปบริโภคแล้ว ผู้บริโภคมีความรักดีต่อสินค้าน้อยคือ เมื่อหาซื้อตราที่ซื้อประจำไม่ได้ก็จะไปซื้อตราอื่นแทน และสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักคือ สื่อโฆษณาตามโทรทัศน์ส่วนใหญ่การเลือกซื้อไม่มีปัญหาแต่มีความคิดเห็นว่าเป็นเครื่องดื่มของผู้ใหญ่และจะลงบริโภคถ้ามีรสชาติใหม่ขึ้นมา อีกทั้งควรมีการกระจายสินค้าให้มากขึ้นและปรับปรุงทางด้านราคา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**บทที่ 3**  
**วิธีการและอุปกรณ์ในการวิจัย**  
**(Research Methodologies)**

**ประชากรกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษา คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานครทั้งหมด 1,764 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร 95 ตัวอย่าง

**การสุ่มตัวอย่าง**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากวิธีการสุ่มแบบเจาะจง คือ เจาะจงเฉพาะนักศึกษาที่เคยติ้มนกแพะระบองมาแล้วเท่านั้น โดยทำการสุ่มหาจำนวนหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ตามแนวทางของบุญธรรม กิจบริดาภิรุตย์ (2531:51) กล่าวว่า ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนนั้นจะใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (=0.1)

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาทั้งหมดของคณะเทคโนโลยีการเกษตร มีจำนวน 1764 คน ซึ่งตัวอย่างที่ต้องสุ่มทั้งหมด 95 ตัวอย่าง

ให้มีคว ะคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ เท่ากับ 10 ส่วน ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 10 %

ดังนั้น ที่ระดับความเชื่อมั่น ที่ 90% จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 95 คน เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงทำการสุ่มตัวอย่าง จากนักศึกษา 9 ภาควิชา โดยวิธีสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะผู้บริโคที่เคยติ้มนกแพะระบองมาแล้ว

## อุปกรณ์ในการวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสร้างแบบสอบถามมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามและการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) จำนวน 10 ชุด เพื่อค้นหาข้อบกพร่องเพื่อนำมาปรับปรุงเป็นแบบสอบถามที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาโดยแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารโรคกาฬพร้อมตีมบรรจุงระปอง
- ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริหารโรคกาฬพร้อมตีมบรรจุงระปอง
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการบริหารโรคกาฬพร้อมตีมบรรจุงระปอง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ได้นำข้อมูลหลังจากทำการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่

1. ทศาร้อยละ (Percentage)

$$\text{สูตร ทศาร้อยละ} = \frac{n}{N} \times 100$$

กำหนดให้  $n$  = จำนวนตัวอย่างของนักศึกษาที่ทำการศึกษา

$N$  = จำนวนตัวอย่างของนักศึกษาทั้งหมดที่ทำการศึกษา

2. ค่าตัวกลางเฉลี่ย ของข้อมูลที่แจกแจงความถี่ ดังนี้

$$\text{สูตรค่าเฉลี่ย} \quad \bar{X} = \frac{\sum f_i x_i}{N}$$

โดย  $\bar{X}$  = ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$f_i$  = ค่าความถี่ของชั้นที่ 1

$x_i$  = จุดกึ่งกลางของข้อมูล

$N$  = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. หาค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ไม่แจกแจงความถี่ ดังนี้

สูตรค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = \frac{\sum x_i}{N}$

โดย  $\bar{X}$  = ค่ามัธยฐานเลขคณิต  
 $\sum$  = ผลรวมของคะแนน

$x_i$  = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

$N$  = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

4. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดการกระจายของ แต่ละหน่วยว่าห่างจากค่าเฉลี่ยมากน้อยเพียงใดของข้อมูลนั้นๆ ดังนี้

สูตร  $S.D = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{N}}$

โดย  $X$  = อันตรภาคชั้นแต่ละช่วง  
 $\bar{X}$  = ค่ามัธยฐานเลขคณิต  
 $N$  = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

5. หาค่าอัตราภาคชั้น =  $\frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}}$

ค่าระดับคะแนน ความคิดเห็นของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี พระจอม

เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย หมายถึง

1.00-1.66 ไม่เห็นด้วย

1.67-2.33 ไม่แน่ใจ

2.34-3.00 เห็นด้วย

ทั้งนี้ในการหาค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาวิเคราะห์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้จ่ายต่อการพิจารณาแยกกลุ่ม ระดับความคิด

### งบประมาณที่ใช้ในการศึกษาและระยะเวลาในการดำเนินงาน

งบประมาณที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ประมาณ 4,000 บาท และใช้เวลาในการดำเนินงาน ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2540 ถึง พฤษภาคม 2541 รวมระยะเวลา 9 เดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1. แสดงการปฏิบัติงาน

ลำดับที่	งานที่ปฏิบัติ	ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา 40-41								
		ก.ย	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค	เม.ย.	พ.ค.
1	วางแผนการวิจัย									
2	สร้างแบบ สอบถามและ ทำการทดสอบ แบบสอบถาม									
3	แจกแบบสอบถามกลุ่ม นักศึกษาตัวอย่าง									
4	วิเคราะห์ข้อมูล									
5	สรุปผลเพื่อเขียน รายงาน									
6	จัดพิมพ์และ เย็บเล่ม									

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**บทที่ 4**  
**ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์**  
**(Finding and Discussion)**

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้รวบรวมข้อมูลโดยวิธีการแจกแบบสอบถามจากผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นจำนวน 95 คน ปรากฏผลการวิจัย พอสรุปและแยกนำเสนอเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

ลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร แสดงไว้ในตารางที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**เพศ**

จากการสุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่บริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง จำนวน 95 ราย ปรากฏว่าเป็นนักศึกษาที่เพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เป็นเพศหญิงร้อยละ 54.73 และเป็นเพศชายร้อยละ 45.26

เนื่องจากคณะเทคโนโลยีการเกษตร มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 1,764 คน เป็นเพศหญิง 1,020 คน เพศชาย 744 คน จึงเป็นโอกาสส่วนหนึ่งที่อาจทำให้ผลการสำรวจออกมาพบว่า นักศึกษาที่บริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องเป็นเพศหญิงมากกว่าชาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### อายุ

นักศึกษาที่บริโภคมะเร็งพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องส่วนมาก ร้อยละ 67.36 มีอายุ 21-23 ปี ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 32.63 มีอายุ ระหว่าง 18-20 ปี อายุเฉลี่ยของนักศึกษาที่บริโภคมะเร็งพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง 21 ปี (20.95) อายุต่ำสุด 18 ปี อายุสูงสุด 23 ปี

จะเห็นว่านักศึกษาที่มีอายุมากขึ้น มีแนวโน้มการบริโภคมะเร็งพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมากขึ้นอาจเป็นเพราะนักศึกษาได้มีโอกาสทดลองเครื่องดื่มหลายๆ รูปแบบ เพื่อที่จะได้สนองตอบความต้องการหรืออีกประการหนึ่งนักศึกษาได้มีประสบการณ์ในการบริโภคมากขึ้น

### ค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายส่วนมากอยู่ระหว่าง 2000-4000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 77.89 รองลงมา 4001-6000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 21.05 นักศึกษาที่มีค่าใช้จ่าย 6001-8000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย เท่ากับ 3400 บาท/เดือน โดยที่ค่าใช้จ่ายต่ำสุด คือ 2000 บาท/เดือน ค่าใช้จ่ายสูงสุด 8000 บาท/เดือน

### ภาควิชาที่กำลังศึกษาอยู่

นักศึกษาล้วนมากอยู่ในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คิดเป็นร้อยละ 21.10 รองลงมาคือภาควิชาเทคนิคเกษตร คิดเป็นร้อยละ 18.94 ภาควิชาพืชสวน ร้อยละ 15.78 ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืชและภาควิชาสัตวศาสตร์ มีจำนวน เท่ากัน คือร้อยละ 11.58 ภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช ร้อยละ 10.52 ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร ร้อยละ 7.36 ภาควิชาปฐพี ร้อยละ 2.01 และน้อยที่สุด ร้อยละ 1.05 คือ ภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง

จะเห็นว่าจำนวนนักศึกษาภาควิชาต่างๆมีจำนวนไม่เท่ากัน ภาควิชาที่มีนักศึกษาน้อยโอกาสในการตอบแบบสอบถามจะน้อย ส่วนภาควิชาที่มีนักศึกษามากก็จะมีโอกาสในการที่จะตอบแบบสอบถามมากกว่าภาควิชาอื่นๆ เช่น ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรมีจำนวนนักศึกษา 379 คน ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด ผลการสำรวจออกมาปรากฏว่านักศึกษามาจากภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร มากที่สุด และภาควิชาที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง ซึ่งมีนักศึกษาน้อย 70 คน

### ระดับการศึกษา

ระดับปริญญาตรี ปี 4 จะบริโภคมะเร็งพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา คือ ปริญญาตรี ปี 3 ร้อยละ 26.31 ปริญญาตรี ปี 2 ร้อยละ 22.10 และ ร้อยละ 2.10 เป็น ปริญญาตรี ปี 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จะบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง น้อยกว่านักศึกษาที่อยู่ชั้นปีสูงขึ้นไปโดยพบนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มากที่สุด ส่วนหนึ่งชี้ให้เห็นว่านักศึกษาที่เรียนชั้นปีสูงขึ้นจะบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากสถานที่ที่ผู้วิจัยทำการสุ่มสำรวจเก็บข้อมูล เนื่องจากส่วนใหญ่จะเก็บข้อมูลที่ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร ซึ่งโดยปกติเป็นสถานที่ที่พบนักศึกษา ชั้นปีที่ 1 และปีที่ 2 มากใช้บริการน้อยมาก จึงอาจทำให้ได้จำนวนนักศึกษา ชั้นปีที่ 1 และ ปีที่ 2 เป็นกลุ่มตัวอย่างน้อยด้วย

#### ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (N=95)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. เพศ				
ชาย	43	45.26		
หญิง	52	54.73		
2. อายุ				
18-20 ปี	31	32.63		
21-23 ปี	64	67.36		
พิสัย 23-18			20.95	1.43
3. ค่าใช้จ่าย				
2000-4000 บาท/เดือน	74	77.89		
4001-6000 บาท/เดือน	20	21.05		
6001-8000 บาท/เดือน	1	1.05		
พิสัย 8000-2000			3400	855.52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (N=95)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
<b>4 ภาควิชาที่ศึกษา</b>				
บริหารธุรกิจเกษตร	20		21.10	
อุตสาหกรรมเกษตร	7		7.37	
เทคโนโลยีการผลิตพืช	11		11.58	
สัตวศาสตร์	11		11.58	
การจัดการศัตรูพืช	10		10.52	
พืชสวน	15		15.78	
เทคนิคเกษตร	18		18.94	
ปฐพี	2		2.10	
ประมง	1		1.05	
<b>5 ระดับการศึกษา</b>				
ปริญญาตรี ปี 1	2		2.10	
ปริญญาตรี ปี 2	21		22.10	
ปริญญาตรี ปี 3	25		26.31	
ปริญญาตรี ปี 4	47		49.50	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 5977  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

การศึกษาค้นคว้าพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 3 ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ รสชาติและความสะดวกสบายในการบริโภคซึ่งมีจำนวนร้อยละเท่ากับ คือ ร้อยละ 35.78

ด้านรสชาติ (แสดงไว้ในตารางที่ 4 ) เป็นชนิดไม่เข้มข้น เช่น กาแฟผสมนม ร้อยละ 76.47 กาแฟผสมโกโก้ ส่วนชนิดเข้มข้น เช่น กาแฟดำ คิดเป็นร้อยละ 8.82

ด้านการโฆษณา (แสดงไว้ในตารางที่ 5 ) จะได้รับอิทธิพลจากโทรทัศน์ ร้อยละ 45.45 จากวิทยุ ร้อยละ 27.27 และจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพื่อน คนรู้จัก มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.09 และการโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจมาก ถึงร้อยละ 72.72 รองลงมา คือไม่แน่ใจว่าโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจ ร้อยละ 18.18 และ มีส่วนช่วยในการตัดสินใจบ้างเล็กน้อยร้อยละ 9.09 และสุดท้ายไม่มีผู้ตอบเลยว่าเป็นโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจ

สาเหตุสุดท้าย ด้านราคา (ตารางที่ 3 ) คิดเป็นร้อยละ 3.15 ถ้าราคากาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมีราคาสูงขึ้น นักศึกษาจะหันไปบริโภคยี่ห้ออื่นแทนบ้าง หรือ เลิกบริโภคไปเลย หรืออาจบริโภคน้อยลง นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่ากาแฟมีราคาปานกลาง และบางส่วนไม่มีนักศึกษาคนใดที่จะบริโภคตามปกติเลย ทางด้านความรู้สึกของนักศึกษาต่อราคา พบว่า รู้สึกว่าราคาแพง

## ตารางที่ 3. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

สาเหตุที่ทำให้มีการบริโภค	จำนวน (N = 95)	ร้อยละ
1. รสชาติ	34	35.78
2. ความสะดวกในการบริโภค	34	35.78
3. การโฆษณา	11	11.57
4. คุณสมบัติที่ช่วยแก้แ้วงได้	10	10.52
5. ราคา	3	3.15
6. เกิดความรู้สึกต้องการดื่ม	3	3.15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 ปัจจัยทางด้านรสชาติ

ปัจจัยทางด้านรสชาติ	จำนวน (N=34)	ร้อยละ
<b>ชนิดกาแฟไม่เข้มข้น</b>		
กาแฟผสมนม	26	76.47
กาแฟผสมโกโก้	5	14.70
<b>ชนิดกาแฟเข้มข้น</b>		
กาแฟดำ	3	8.82

ตารางที่ 5 ปัจจัยทางด้านโฆษณา

ปัจจัยด้านโฆษณา	จำนวน (N=11)	ร้อยละ
<b>รู้จักกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องจากไหนบ้าง</b>		
โทรทัศน์	5	45.45
วิทยุ	3	27.27
นิตยสาร	1	9.09
หนังสือพิมพ์	1	9.09
เพื่อน คนรู้จัก	1	9.09
<b>โฆษณาช่วยในการตัดสินใจ</b>		
มีส่วนช่วยมาก	8	72.72
ไม่แน่ใจ	2	18.18
มีบ้างเล็กน้อย	1	9.09
ไม่มีเลย	0	0.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง (แสดงไว้ในตารางที่ 6 ) ดังนี้

นักศึกษาส่วนมากจะบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องยี่ห้อเบอร์ดีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 64.21 รองลงมา คือ เนสกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 21.05 ฟรีซช ร้อยละ 4.21 ยูเอพีซีและเอ็มคอฟที เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.15 อันดับสุดท้ายยี่ห้ออื่นๆ เช่น แบลคแคนยอล ฉลามคิดเป็นร้อยละ 2.10 ส่วนยูนิฟ และ มีสเตอร์บราวน์ นักศึกษาไม่นิยมบริโภคเลย

ความถี่ในการบริโภค พฤติกรรมที่บริโภคมากที่สุด คือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.42 รองลงมา คือ ดื่มเฉพาะช่วงสอบ ร้อยละ 17.90 ดื่มสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และนานๆครั้งดื่มจะมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.84 และ ร้อยละ 9.47 ไม่แน่นอนในการดื่ม อีกร้อยละ 6.31 จะดื่มสัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง ดื่ม 1 ครั้ง/2เดือน คิดเป็นร้อยละ 2.10 และน้อยที่สุด ร้อยละ 1.05 จะดื่ม 1 ครั้ง/1 เดือน หรือ 2ครั้ง/1เดือน และ นักศึกษาจะไม่นิยมดื่มกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องทุกวัน

การศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องได้กำหนดความถี่ในการบริโภคใน 1 สัปดาห์ เป็นตัวแทนของการบริโภคสำหรับตัวแปรอิสระ คือ เพศ รายได้ อายุ คณะ ชั้นปี และสาเหตุของการบริโภค เช่น ราคา รสชาติ การโฆษณา และอื่นๆ เช่น ความสะดวก และตราหือของกาแฟกระป๋อง อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ทำการทดสอบค่าความสัมพันธ์ทางสถิติไว้แต่ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้มีแนวโน้มว่าการเปลี่ยนแปลงความถี่ในการบริโภค ซึ่งเป็นตัวแปรตามน่าจะมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระบางตัวที่กำหนดไว้ข้างต้น เช่น พบว่าจะมีการบริโภคกาแฟมากขึ้นเมื่ออายุมากขึ้น ชั้นปีสูงขึ้นการบริโภคก็มากขึ้น ถ้ารสชาติดีการบริโภคจะมากขึ้น ราคาถูกลงการบริโภคจะมากขึ้น รวมทั้งการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์มีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการบริโภคมากขึ้น ประการสุดท้ายความสะดวกในการบริโภคและรสชาติทำให้ความถี่ในการบริโภคมากขึ้น ส่วนตัวแปรอิสระ เพศ รายได้ ภาควิชา ไม่มีข้อมูลบอกถึงแนวโน้มความสัมพันธ์ว่ามี การบริโภคเพิ่มมากขึ้น

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทราภรณ์ หวังสร้างคานนท์, (2539) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง โดยส่วนใหญ่บริโภคเพราะความสะดวก ส่วนมากจะเป็นตราเบอร์ดีมากกว่าตราอื่นๆ ส่วนผสมที่นิยมมากที่สุดก็คือ กาแฟผสมนม และเมื่อผู้บริโภครู้จักกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องไปแล้ว ผู้บริโภคมีความภักดีต่อสินค้าน้อย คือ เมื่อหาซื้อตราที่ต้องการซื้อไม่ได้ก็จะไปซื้อตราอื่นแทนและสื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักคือ โฆษณาตาม โทรทัศน์ และมีความเห็นว่าเป็นเครื่องดื่มของผู้ใหญ่และจะลองบริโภคถ้ามีรสชาติใหม่ขึ้นมา อีกทั้งควรมีการกระจายสินค้าให้มากขึ้น และปรับปรุงราคาให้ถูกลง อย่างไรก็ตามมีส่วนที่ไม่สอดคล้อง คือ ผู้บริโภคส่วนมากเป็นเพศหญิงซึ่งงานวิจัยดังกล่าวพบว่า ส่วนมากเป็นเพศชาย

ตารางที่ 6 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุซอง

ตัวแปร	จำนวน (N=95)	ร้อยละ
<b>ยี่ห้อที่บริโภค</b>		
เบอร์ดี	61	64.21
เนสกาแฟ	20	21.05
พรีซช	4	4.21
ยูเอพีซี	3	3.15
เอ็ม คอฟฟี่	3	3.15
ฉลาม	2	2.10
แบคแคนยอล	2	2.10
ยูนิฟ	0	0.00
มิสเตอร์บราวน์	0	0.00
<b>ความถี่ในการบริโภค</b>		
1ครั้ง/สัปดาห์	27	28.42
ช่วงสอบ	17	17.90
2-3ครั้ง/สัปดาห์	16	16.84
นานๆครั้ง	16	16.84
ไม่แน่นอน	9	9.47
4-5ครั้ง/สัปดาห์	6	6.31
1ครั้ง/2เดือน	2	2.10
1ครั้ง/1เดือน	1	1.05
2ครั้ง/1เดือน	1	1.05
ทุกวัน	0	0.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



#### ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

จากการศึกษาผู้บริโภคได้กล่าวถึงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ตามตารางที่ 7 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### **ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า เมื่อมีการผลิตกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องรสชาติใหม่ขึ้นมา จะทดลองบริโภค เป็นจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 68.42 และมีผู้บริโภคที่ยังไม่แน่ใจว่า จะลองบริโภค จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 27.36 ส่วนผู้บริโภคที่ไม่ลองบริโภค เพราะเห็นว่า รสชาติเดิมดีอยู่แล้ว 1 คน ร้อยละ 1.05 ราคาแพง 2 คน ร้อยละ 2.10 เปลืองทรัพยากร 1 คน ร้อยละ 1.05

ในส่วนของความคิดเห็นที่มีต่อกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง เพื่อให้สามารถวัดระดับความคิดเห็น ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาได้ให้คะแนนเป็น 3 ระดับ ดังนี้ เห็นด้วย 3 คะแนน ไม่แน่ใจ 2 คะแนน ไม่เห็นด้วย 1 คะแนน โดยวัดจากคะแนนรวมคะแนนเฉลี่ยต่อชุด จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเห็นด้วยมี 4 ประเด็น คือ เห็นว่าเป็นเครื่องดื่มของคนทั่วไป เป็นเครื่องดื่มของผู้ใหญ่ เป็นเครื่องดื่มของคนนอนดึก และเป็นเครื่องดื่มที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และมีผู้ตอบไม่แน่ใจอยู่ 1 ประเด็นคือเห็นว่าเป็นเครื่องดื่มที่ฟุ่มเฟือย สุดท้ายไม่เห็นด้วยมี 3 ประเด็นคือเห็นว่าเป็นเครื่องดื่มประจำทุกวัน เป็นเครื่องดื่มของคนทันสมัย และเป็นเครื่องดื่มเพื่อสร้างบุคลิกภาพ

##### **ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง**

ข้อเสนอแนะส่วนใหญ่ คือ ควรปรับปรุงราคาให้ลดลง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 46.31 รองลงมา คือ ควรมีส่วนช่วยให้เลือกมากขึ้น จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05 ผู้บริโภคที่เสนอว่า ควรกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่างๆ ให้มากขึ้น มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.78 และ อีก 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.47 เสนอว่าควรให้มีการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น มีผู้บริโภคเพียง 7 คน หรือร้อยละ 7.36 เสนอว่า ควรมีการปรับปรุงรสชาติ ให้เป็นอันตรายน้อยลง เพิ่มปริมาณมากขึ้น เพิ่มคุณภาพการผลิต และ รักษาราคาเดิมไว้

นอกจากนี้บางส่วนมีการเสนอแนะทางด้านรสชาติไม่ถูกปาก ถัดมาคือราคาแพงแต่ปริมาณที่ได้ไม่ค่อยเหมาะสม เป็นอันตรายต่อสุขภาพ มีกลิ่น ด้านสภาพของกระป๋องบางครั้งพบ สนิมข้างกระป๋องทำให้ไม่น่าบริโภค ความแตกต่างด้านยี่ห้อมากตัดสินใจเลือกยาก การเปิดกระป๋องบางครั้งเปิดยากและอยากให้มีการนำกระป๋องมาใช้ใหม่ เพราะเปลืองทรัพยากรที่มีทรัพยากรป้องกัน ควรมีการโฆษณาเพิ่มมากขึ้น มีการกระจายสินค้าไปยังชนบท

**ตารางที่ 7** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

ข้อคิดเห็นในการบริโภค	จำนวน (N=95)	ร้อยละ
<b>1. ถิ่นกาแฟผลิตรสชาติใหม่</b>		
1.1 ลองบริโภค	65	68.42
1.2 ไม่แน่ใจ	26	27.36
1.3 ไม่ลองบริโภค	4	2.10
1.3.2 เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม	1	1.05
1.3.3 เปลืองทรัพยากร	1	1.05
<b>2. ข้อเสนอแนะต่อกาแฟกระป๋อง</b>		
2.1 ราคาควรถูกลง	44	46.31
2.2 มีสินค้าให้เลือกมากขึ้น	20	21.05
2.3 ควรกระจายสินค้า	15	15.78
2.4 ส่งเสริมการขาย	9	9.47
2.5 อื่นๆ	7	7.36
2.5.1 ปรับปรุงรสชาติ	4	4.21
2.5.2 ต้องไม่เป็นอันตราย	1	1.05
2.5.3 เพิ่มปริมาณ	1	1.05
2.5.4 เพิ่มคุณภาพ	1	1.05
2.5.5 รักษาราคาเดิม	1	1.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 7(ต่อ)

ความคิดเห็น	คะแนนเฉลี่ย	ระดับ
1. เป็นเครื่องดื่มคนทั่วไป	2.47	เห็นด้วย
2. เป็นเครื่องดื่มประจำทุกวัน	1.49	ไม่เห็นด้วย
3. เป็นเครื่องดื่มผู้ใหญ่	2.65	เห็นด้วย
4. เป็นเครื่องดื่มคนทันสมัย	1.37	ไม่เห็นด้วย
5. เป็นเครื่องดื่มคนอนาคต	2.36	เห็นด้วย
6. เป็นเครื่องดื่มสร้างบุคลิก	1.11	ไม่เห็นด้วย
7. เป็นเครื่องดื่มฟุ่มเฟือย	2.18	ไม่แน่ใจ
8. เป็นเครื่องดื่มอันตรายต่อ	2.46	เห็นด้วย

หมายเหตุ	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34-3.00	เห็นด้วย
	1.67-2.33	ไม่แน่ใจ
	1.00-1.66	ไม่เห็นด้วย

## ตารางที่ 7 (ต่อ)

ข้อคิดเห็น	เห็นด้วย		ไม่แน่ใจ		ไม่เห็นด้วย		Mean
	n	%	n	%	n	%	
1.	62	65.26	16	16.84	17	17.89	2.47
2.	20	21.05	7	7.36	68	71.57	1.49
3.	75	78.94	7	7.36	13	13.68	2.65
4.	10	10.52	16	16.84	69	72.68	1.37
5.	60	63.15	10	10.52	25	26.31	2.36
6.	3	3.15	5	5.26	87	91.57	2.18
7.	44	46.31	25	26.31	26	27.36	2.18
8.	61	64.21	17	17.89	17	17.89	2.46
Grand Mean							2.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**สรุปและขอเสนอแนะ**

(Summary and Recommendations)

**สรุปผลการศึกษา**

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง แบ่งข้อมูลที่จะทำการศึกษาออกเป็น 4 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง และ ข้อมูลด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากประชากรทั้งหมด 1764 คน และได้กลุ่มตัวอย่าง 95 คน จากนั้นนำข้อมูลแบบสอบถามมาหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

**ข้อมูลทั่วไป**

จากการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.73 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 45.26 มีอายุระหว่าง 21-23 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.36 โดยเฉลี่ยอายุ 21 ปี ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 2000-4000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 77.89 โดยเฉลี่ย 3400 บาท/เดือน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ปี 4 คิดเป็นร้อยละ 49.50 ใน ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คิดเป็นร้อยละ 21.10

**ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค**

ปัจจัยในเรื่องรสชาติ และ ความสะดวกรวดเร็วในการบริโภค ประหยัดเวลา ง่ายต่อการบริโภคในช่วงรีบเร่ง จะมากกว่ากระตุ้นร่างกายไม่ให้ง่วงเป็นปัจจัยอันหนึ่งที่มีผลต่อ ผู้บริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง ส่วนใหญ่จะชอบกาแฟผสมนม ชนิดไม่เข้มข้น แต่อย่างไรก็ตามการใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ทำให้ผู้บริโภครู้จักกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมากขึ้น และผู้บริโภคยังได้ให้คำแนะนำอีกว่า ควรมีการกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่างๆให้มากขึ้น และปรับปรุงราคาให้ถูกลง อีกประการหนึ่ง คือ ราคากาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องสูงขึ้นผู้บริโภคจะบริโภคลดลง

**พฤติกรรมการบริโภค**

รายชื่อที่ผู้บริโภคนิยมบริโภค คือ กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องตราเบอร์ดี พฤติกรรมการบริโภคโดยรวมพบว่าผู้บริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องนานๆ ครั้ง

### ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการบริโภครีโบค

ผู้บริโภครีโบคส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ากาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง เป็นเครื่องดื่มสำหรับผู้ใหญ่ แต่คนทั่วไปก็สามารถบริโภครีโบคได้ อีกทั้งยังเหมาะสมกับคนที่นอนดึก เป็นเครื่องดื่มที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่เห็นด้วยที่จะดื่มทุกวัน และเป็นเครื่องดื่มที่ทันสมัย สร้างบุคลิกภาพ

ผู้บริโภครีโบคเห็นว่าควรที่จะปรับปรุงราคา กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องให้ลดลง คิดเป็นร้อยละ 46.31 ซึ่งมากกว่าด้านอื่นๆ และยังมีข้อเสนอแนะทางด้านรสชาติ ซึ่งควรที่จะปรับปรุงให้รสชาติเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภครีโบค และการบริโภครีโบคอาจทำให้ใจสั่นอาจจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ นอกจากนี้ ควรมีการโฆษณาให้เพิ่มมากขึ้น หรือ มีการกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่างๆ ให้มากขึ้น

### ข้อเสนอแนะต่อผลการวิจัย

จากผลการศึกษาและข้อสรุปที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบถึงข้อมูลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจและเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ทางด้านการตลาดต่างๆ เพื่อใช้สำหรับกลุ่มผู้บริโภครีโบคอันเป็นเป้าหมาย พร้อมทั้งข้อเสนอแนะให้แก่ผู้ผลิตในด้านต่างๆ

1. จากผลการศึกษาค้นคว้าพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภครีโบค กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง คือ รสชาติ และความสะดวกในการบริโภครีโบค ดังนั้นในการส่งเสริมการตลาด ควรจะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงรสชาติให้เป็นที่น่าพอใจของผู้บริโภครีโบคในด้านความสะดวกในการบริโภครีโบคควรเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายให้มากขึ้น ดังผลการศึกษาที่พบว่าผู้บริโภครีโบค นิยมบริโภครีโบค กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องตรา “เบอร์ดี” เนื่องจากสะดวกซื้อ เพราะมีขายทั่วไป ดังนั้น ผู้ผลิตจึงควรขยายช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น โดยอาจเพิ่มการจำหน่ายเพราะการจำหน่ายกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมีเพียงบางตราเท่านั้นและการที่ผู้ผลิตมีการกระจายสินค้าอย่างกว้างขวางทั่วถึงและรวดเร็ว จะทำยอดขายของผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้นได้ และทำให้ผู้บริโภครีโบคได้รับความสะดวกสูงสุดในการบริโภครีโบคอีกด้วย

2. การโฆษณาเพราะการโฆษณามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง โดยใช้สื่อ “โทรทัศน์” ซึ่งเป็นสื่อที่ผู้บริโภครีโบคให้ความสนใจมากที่สุดเพราะการโฆษณามานานโทรทัศน์ทำให้ผู้บริโภครีโบคได้เห็นทั้งภาพได้ยินทั้งเสียงอันจะเป็นการกระตุ้นและจูงใจให้ผู้บริโภครีโบคมีความรู้สึกต้องการบริโภครีโบคได้เป็นอย่างดี ในกรณีที่มีตราสินค้าออกใหม่ ผู้ผลิตควรใช้วิธีการขายโดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภครีโบคทดลองชิมก่อนโดยอาจจะตั้งซุ้มสินค้าขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภครีโบคได้มาทดลองบริโภครีโบคควบคู่ไปกับการจัดรายการพิเศษต่างๆ เช่น ซื้อเป็นชุดๆ ละ 2 กระป๋อง เนื่องจากผลการศึกษาของ ภัทธาภรณ์ หวังสุรังคานนท์(2539) ทำให้ทราบว่าผู้บริโภครีโบคจะหันมาซื้อกรณีที่มีการลดแลกแจกแถมและนิยมทดลองซื้อ กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องชนิดใหม่ ที่ออกสู่ตลาดไป บริโภครีโบค

3. ราคาผู้บริโภครีโบคส่วนใหญ่เห็นว่าราคาของ กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องที่วางจำหน่าย มีความเหมาะสมดีอยู่แล้วแต่มีบางส่วนคิดว่าควรจะมีการปรับปรุงทางด้านราคาให้เหมาะสมสอดคล้องกับค่าครองชีพใน

ปัจจุบัน จากเหตุผลดังกล่าวผู้ผลิตจึงควรให้ความสนใจ เกี่ยวกับราคาจำหน่ายควบคู่ไปกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ สินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ควรกำหนดราคาต่ำ ส่วนสินค้าที่มีคุณภาพสูง ก็อาจตั้งราคาสูงขึ้นไป ตามความเหมาะสมซึ่งเท่ากับเป็นการแบ่งเกรดสินค้าอันจะเกิดความสะดวกต่อผู้บริโภคในการเลือกบริโภคสินค้าที่มีระดับราคาเหมาะสมกับฐานะที่จะเอื้ออำนวยได้ ดังนั้น ราคาจึงควรเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นราคาที่ก่อให้เกิดความยุติธรรมแก่ผู้ซื้อไม่ใช่ราคาที่หวังผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียว เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ผู้บริโภคหันมารับประทานกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมากขึ้นโดยทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกรว่าการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น สำหรับกรณีที่สินค้าวางจำหน่ายได้ระยะหนึ่งแล้ว การส่งเสริมการขายที่ควรนำมาใช้เป็นอันดับแรก คือ การลดราคา เพราะผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อเพิ่มขึ้น อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค จะซื้อในปริมาณที่เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดผลดีแก่ผู้ผลิตทำให้ยอดขายสูงขึ้นกว่าเดิม ทั้งยังก่อให้เกิดการประหยัดในต้นทุนของสินค้า

### **ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อวิธีทำการวิจัย**

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวผู้ทำการวิจัยเองประสบปัญหา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยเข้าใจแบบสอบถาม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะตัวผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยให้ความสำคัญกับแบบสอบถาม หรือการตอบแบบสอบถามรีบเร่งเกินไป ดังนั้น เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความร่วมมือต้องปฏิบัติ ดังนี้

1. ก่อนทำการแจกแบบสอบถามควรบอกก่อนว่าจะนำข้อมูลไปทำอะไร
2. ให้อธิบายในการตอบแบบสอบถาม
3. ให้คำแนะนำพร้อมอธิบายให้เข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาแบบสอบถาม บ้างเล็กน้อย

ดังนั้น เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินไปอย่างมีระบบ ตัวผู้วิจัยต้องปฏิบัติดังนี้

1. ควรเลือกเวลาแจกแบบสอบถามขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามว่างเพื่อความแท้จริงของข้อมูลที่ได้
2. เพื่อเป็นการง่ายต่อการทำวิจัยควรศึกษาข้อมูลทางวิชาการ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ให้ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### เอกสารอ้างอิง

- กฤติกา นพรัตน์ . 2540. "เอเยนซีโปรดหัวโฆษณาเครื่องดื่มชูกำลัง" คู่แข่ง. 17(230):43
- กานดา พูนลาภทวี . 2530. สถิติเพื่อการวิจัย กรุงเทพมหานคร : พลิกล์เซ็นเตอร์การพิมพ์
- จรินทร์วิภา จิรภาส . 2534. พฤติกรรมมารบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา.  
กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ธงชัย สันติวงษ์. 2533. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด
- นรินา.2534." กาแฟ "วารสารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. ไม่ระบุปีที่พิมพ์  
ฉบับที่ . 117.
- นรินา. 2540 "โคคาโคลานี่กินเนสส์ลุยตลาดกาแฟกระป๋อง". ผู้จัดการ. 166(14):70-72
- เพียงเพ็ญ สติรคุปต์. 2539. "กาแฟกระป๋องสร้างปาฏิหาริย์เครื่องดื่มชูกำลังสะท้อน" คู่แข่ง 16  
(215) : 48-51
- ภัทราภรณ์ หวังสร้างคานนท์ . 2539. พฤติกรรมมารบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง.  
กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตรสถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ภาณุ ลิ้มทอง. 2539. "กาแฟอินมัทศจรรยาการตลาด". คู่แข่ง. 17(220):59
- ราตรี วีระเศรษฐ์.2539. พฤติกรรมมารบริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษา. กรุงเทพมหานคร:  
ปัญหาพิเศษภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอม  
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุธาวัฒน์ สุดตา. 2540. การศึกษาการใช้เทคโนโลยีของเกษตรกรทำนาตำบลบางขันหมาก อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. ปัญหาพิเศษภาควิชา เทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ. 2531. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล.

เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ. 2533. สถาบันเงินทุนและสินเชื่อเพื่อการเกษตร. (เอกสารโรเนียว)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2537. ข้อมูลการผลิตและการตลาดกาแฟ. กรุงเทพมหานคร: ไนโรบุโรงพิมพ์

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2538. ข้อมูลด้านการผลิตการตลาดสินค้าเกษตรที่สำคัญ. กรุงเทพมหานคร : ไนโรบุโรงพิมพ์

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2540. เป้าหมายการผลิตสินค้าเกษตรกรรมที่สำคัญ ปี 2540/41. กรุงเทพมหานคร : ไนโรบุโรงพิมพ์

อุดม เกียรติสุก. (ไนโรบุ พ.ศ.) การปลูกพืชไร่ 1. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องของนักศึกษา

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กรุณาใส่เครื่องหมาย( ✓ ) ลงหน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1 เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ .....ปี

3. ค่าใช้จ่ายต่อเดือน .....บาท

4. ภาควิชาที่ท่านศึกษาอยู่ .....

5. ระดับการศึกษาปัจจุบัน

- ( ) 1. ปริญญาตรี ปี 1 ( ) 2. ปริญญาตรี ปี 2  
( ) 3. ปริญญาตรี ปี 3 ( ) 3. ปริญญาตรี ปี 4

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

1. สาเหตุที่ท่านบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องมากที่สุด

- ( ) 1. รสชาติ  
( ) 2. ราคา  
( ) 3. การโฆษณา  
( ) 4. อื่น ๆ ระบุ.....

ถ้าตอบรสชาติให้ทำข้อ 2 และ 3

2. ชนิดส่วนผสมของกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องที่ท่านบริโภค

- ( ) 1. กาแฟดำ  
( ) 2. กาแฟผสมโกโก้  
( ) 3. กาแฟผสมนม

3. ประเภทกาแฟพร้อมดื่มกระป๋องที่ท่านบริโภค

- ( ) 1. ชนิดเข้มข้น  
( ) 2. ชนิดไม่เข้มข้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าตอบราคาให้ตอบข้อ 4 และ 5

4. หากกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องที่ท่านบริโภคมีราคาสูงขึ้นท่านจะ

- ( ) 1. หันไปบริโภคยี่ห้ออื่นแทน
- ( ) 2. เลิกบริโภค
- ( ) 3. บริโภคน้อยลง
- ( ) 4. บริโภคตามปกติ
- ( ) 5. อื่น ๆ ระบุ.....

5. ความรู้สึกของท่านต่อราคาของกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

- ( ) 1. ถูก
- ( ) 2. ปานกลาง
- ( ) 3. ผง

ถ้าตอบโฆษณาให้ตอบข้อ 6 และ 7

6. ท่านรู้จัก กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องได้จากไหนมากที่สุด

- ( ) 1. โทรทัศน์
- ( ) 2. นิตยสาร
- ( ) 3. วิทยุ
- ( ) 4. หนังสือพิมพ์
- ( ) 5. เพื่อนและคนรู้จัก

7. ท่านคิดว่าการโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องหรือไม่

- ( ) 1. ไม่มีเลย
- ( ) 2. มีบ้างเล็กน้อย
- ( ) 3. มีส่วนช่วยมาก
- ( ) 4. ไม่แน่ใจ

**ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง**

1. กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องยี่ห้อใดที่ท่านบริโภคมากที่สุด

- |                 |                  |                         |
|-----------------|------------------|-------------------------|
| ( ) 1. เบอร์ดี  | ( ) 4. ยูนิฟ     | ( ) 7. มิสเตอร์บราวน์   |
| ( ) 2. ยูเอพีซี | ( ) 5. เอ็มคอฟที | ( ) 8. ฟรีชช            |
| ( ) 3. เนสกาแฟ  | ( ) 6. ฉลาม      | ( ) 9. อื่น ๆ ระบุ..... |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ใน 1 สัปดาห์ ความถี่ในการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง โดยเฉลี่ยกี่วันต่อสัปดาห์

- ( ) 1 ทุกวัน ( ) 4. 1 ครั้ง/สัปดาห์  
( ) 2 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ ( ) 5. อื่นๆ ระบุ.....  
( ) 3 2-3 ครั้ง/สัปดาห์

**ตอนที่ 4 ความคิดเห็นในการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง**

1. ถ้ากาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องที่บริโภคอยู่ได้ทำการผลิตรสชาติใหม่ขึ้นมาท่านจะ

- ( ) 1. ลองบริโภค  
( ) 2. ไม่แน่ใจ  
( ) 3. ไม่ลองบริโภค เพราะ .....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะต่อกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องอย่างไร (ตอบเพียงข้อเดียว)

- ( ) 1. ควรกระจายสินค้าไปยังสถานที่ ต่างๆ ให้มากขึ้น  
( ) 2. ราคาควรถูกลง  
( ) 3. ควรมีสินค้าให้เลือกมากขึ้น  
( ) 4. ควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น  
( ) 5. อื่นๆ ระบุ .....

3. ท่านมีความคิดเห็นต่อกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องอย่างไร

	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย
1. เป็นเครื่องดื่มธรรมดาสำหรับคนทั่วไป	( )	( )	( )
2. เป็นเครื่องดื่มที่ดื่มได้เป็นประจำทุกวัน	( )	( )	( )
3. เป็นเครื่องดื่มของผู้ใหญ่	( )	( )	( )
4. เป็นเครื่องดื่มของคนทันสมัย	( )	( )	( )
5. เป็นเครื่องดื่มของคนนอนดึก	( )	( )	( )
6. เป็นเครื่องดื่มเพื่อสร้างบุคลิก	( )	( )	( )
7. เป็นเครื่องดื่มที่ฟุ่มเฟือย	( )	( )	( )
8. เป็นเครื่องดื่มที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	( )	( )	( )



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๕ .ท่านพบปัญหาใดในการบริโภคกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้