



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมการณ์บริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of White Sugar in Bangkok

ของ

นางสาวรองนาถ ชูนิษฐ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2539

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

[Signature]

31.5.39

(รองศาสตราจารย์อมรรศรี ดันนินันต์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

[Signature]

31.5.39

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

หัวหน้าภาควิชา

[Signature]

31.5.39

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์)

14728

20 ต.ค. 2541

ACC. NO.....
Date Received... 20 ต.ค. 2541
Call No.....

ร.พ.

ร183พ

2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สำนักหอสมุดกลางพระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง



T097947

พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานคร
Consumer Behavior of White Sugar in Bangkok

โดย

นางสาวรองนาด ชูพิชัย

เสนอ

ปพ.
๙183 ๗
2539

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 97947
วันเดือนปี - 9 JUN 1999

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

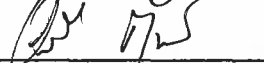
บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวรองนาถ ชูนิชัย

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  , 3, 1, 39

(อมรศรี ตันนิทัศน์)

ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาประเทศหนึ่ง ซึ่งมีรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะรายได้ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้มีอาชีพทางเกษตรกรรมแต่ต้องการสินค้าเกษตรทุกวัน น้ำตาลจัดเป็นสินค้าทางการเกษตรที่มีความสำคัญมากในชีวิตประจำวัน การบริโภคน้ำตาลทรายในปัจจุบันตามสมัยเวลาทำให้พฤติกรรมการบริโภค รสนิยม เปลี่ยนแปลงด้วย ซึ่งจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระบบการค้าน้ำตาลทราย ปัจจุบันน้ำตาลทรายบรรจุถุงนั้นสะดวกแก่การเคลื่อนย้าย สะอาดและหาซื้อง่ายทุกสถานที่และทุกโอกาส สำหรับผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครนั้นมีการบริโภคประจำวันในการดำเนินชีวิตและการงาน ทำให้มีเวลาจำกัดในการจับจ่ายซื้ออาหารมาบริโภคผู้ศึกษาจึงเห็นว่า เป็นเรื่องที่น่าสนใจจึงได้ทำการศึกษาขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาสถานแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สถานสังคมของผู้บริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานครตลอดจนพฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคน้ำตาลทราย เช่น ทรายหือ ปริมาณบรรจุ รูปแบบราคา สถานที่จัดจำหน่าย คุณภาพการบรรจุ รสนิยมของผู้บริโภค

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทราย เขตกรุงเทพมหานคร เฉพาะเพศหญิง จำนวน 120 ราย โดยใช้แบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส การประกอบอาชีพแม่บ้านและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 - 6 คน มีรายได้เป็นของตนเองต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่บริโภคน้ำตาลทรายขาวมากที่สุด โดยนำไปประกอบอาหาร ความถี่ในการซื้อ : - 2 ครั้งต่อเดือน โดยเลือกซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตเหตุผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากสะดวกต่อการเดินทางและมีราคาถูกกว่าที่อื่นและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าความสะดวกในการซื้อ และคุณค่าทางอาหารของน้ำตาลทรายเป็น ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลางได้แก่ ยี่ห้อและ ชื่อเสียง หีบห่อและขนาดบรรจุ ส่วนในด้านความสะดวก เป็นปัจจัยที่มีผลการเลือกซื้อน้ำตาลทราย ในระดับน้อย สำหรับปัจจัยการโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทรายได้เพียงเล็กน้อย สื่อโฆษณาที่พบเห็นบ่อยคือโทรทัศน์ และยังมีตรรกผลพบเห็นทางโฆษณาน้อยที่สุด ส่วนด้านความเห็น เกี่ยวกับ ขนาดบรรจุและสถานที่จำหน่ายมีความเหมาะสมดี ส่วนในด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ สื่อ โฆษณาและราคาอยู่ในระดับพอใช้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยบริโภคสารทดแทนความหวาน เนื่องจากมี แคลลอรี่ที่ต่ำ แต่หากมีการบริโภคน้ำตาลทรายมากเกินไปเกิดความต้องการของร่างกายผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทำให้เป็นโรคอ้วน ส่วนปัญหาที่พบในการบริโภคน้ำตาลทรายส่วนใหญ่ไม่พบ ปัญหาจากการบริโภค

จากการศึกษาเรื่องนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่า ผู้ผลิตควรมีความรับผิดชอบในการ รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ เนื่องจากคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นจึง ควรให้ความสำคัญในการตรวจสอบสิ่งเจือปนที่ปนเปื้อนในน้ำตาลทราย เช่น สารตะกั่ว แคดเมียม นอกจากนี้ควรปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันในด้านนี้สูง ในด้านราคาหาก ผู้ผลิตมีการขึ้นราคาก็ควรทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ด้วย ในด้านช่องทางการจำหน่ายควรขยายตลาด ออกไปอีกโดยทำการกระจายไปให้ทั่วทุกภูมิภาคเปิดโอกาสให้นักค้ารายใหม่เข้าสู่ตลาด ในด้าน การส่งเสริมการจำหน่ายควรส่งเสริมการจำหน่าย ณ จุดขาย เช่น ลดราคา แคมเปญสินค้าเมื่อซื้อ ครบตามปริมาณที่กำหนด ให้ของสมนาคุณ ส่วนสื่อโฆษณาควรใช้แผ่นพับ นิตยสารหรือวารสาร แม้บ้านจะตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพราะการโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้เปลืองค่าใช้จ่ายมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยลงได้ด้วยความอนุเคราะห์ของท่านอาจารย์อมรศรี ตันนิพัฒน์ และอาจารย์นิตยา สิทธิโชค ในการตรวจสอบเพื่อความสมบูรณ์ถูกต้องของปัญหาพิเศษฉบับนี้ รวมทั้งอาจารย์ทุก ๆ ท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรที่ช่วยให้คำแนะนำในด้านความรู้ เพื่อนำมาประกอบการทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้อย่างดีเยี่ยม โดยเฉพาะคุณวันเพ็ญ เปรมมาก คุณรัตนา สิริรัตน์เรขา คุณณรงค์กร ชำนาญไพร ที่ช่วยเหลือในการทำปัญหาพิเศษมาโดยตลอด และน้อง ๆ ทุกคนที่ให้ความสนใจเป็นอย่างดี ตลอดจนผู้เขียนหนังสือและเอกสารทุกเล่มที่ข้าพเจ้านำมาประกอบความรู้

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณสำหรับความกรุณาของทุก ๆ ท่านที่ให้ความช่วยเหลือข้าพเจ้ามาโดยตลอดในการทำปัญหาพิเศษนี้ ขอขอบคุณมากค่ะ

รองนาถ ชูมิชัย
พฤษภาคม 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(2)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
การตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 สถานการณ์ผลิต การบริโภคและการตลาดน้ำตาลทราย	10
สถานการณ์ผลิตน้ำตาลทราย	10
การบริโภคน้ำตาลทราย	14
การตลาด	22
บทที่ 3 ผลการศึกษา	27
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคน้ำตาลทราย	27
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทราย	32
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย	38
ตอนที่ 4 ทักษะคลิของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย	43
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	50
สรุปผลการศึกษา	50
ข้อเสนอแนะ	51
เอกสารอ้างอิง	54
ภาคผนวก	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณน้ำตาลบริโภคในครัวเรือน ใช้ในอุตสาหกรรม และปริมาณบริโภคเฉลี่ยต่อคน ปี 2525 ถึง 2535	15
2	ปริมาณน้ำตาลทรายขาวบริโภคในประเทศ (โควต้า ก.) แบ่งตามประเภทของน้ำตาลทราย	16
3	ปริมาณน้ำตาลทรายขาวบริโภคโดยครัวเรือน	18
4	อายุ	28
5	สถานภาพ	29
6	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	29
7	ระดับการศึกษา	30
8	อาชีพ	31
9	รายได้ต่อเดือน	32
10	ประเภทน้ำตาลทรายที่บริโภคเป็นประจำ	32
11	ลักษณะการใช้น้ำตาลทราย	34
12	ความถี่ในการซื้อน้ำตาลทราย	34
13	บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำตาลทราย	35
14	ลักษณะบรรจุน้ำตาลทราย	36
15	ขนาดบรรจุ	36
16	สถานที่ซื้อน้ำตาลทราย	37
17	สาเหตุที่ซื้อจากสถานที่ดังกล่าว	38
18	ผลของการโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทราย	39
19	สื่อโฆษณาที่เคยพบ	39
20	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย	41
21	สื่อที่พบโฆษณาเกี่ยวกับน้ำตาลทรายบ่อยที่สุด	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ทรายี่หื่อน้ำตาลทรายที่ผู้บริโภคนเห็นทางโฆษณาบ่่อยที่สุด	42
23	ทัศนคติของผูู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย	44
24	ความแตกต่างระหว่างน้ำตาลทรายแบ่งขายกับน้ำตาลทรายบรรจุถุงแบบมีตรา	45
25	การบริโภคสารทดแทนความหวานแทนน้ำตาลทราย	46
26	ความคิดเห็นของผูู้บริโภคเกี่ยวกับจุดเด่นของสารทดแทนความหวาน	46
27	ทัศนคติของผูู้บริโภคเกี่ยวกับสารทดแทนความหวานในการทดแทนน้ำตาลทราย	47
28	ทัศนคติเกี่ยวกับผลกระทบในการบริโภคน้ำตาลทรายมากเกินไปความต้องการ	48
29	ทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการบริโภคน้ำตาลทราย	49
30	ข้อเสนอแนะของผูู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

๑. วิธีการผลิตภายในประเทศของน้ำตาลทราย

๒๖



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาประเทศหนึ่ง ซึ่งรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะรายได้ของคนกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้มีอาชีพทางเกษตรกรรมแต่ต้องการบริโภคสินค้าเกษตรทุกวัน น้ำตาลจัดเป็นสินค้าทางการเกษตรที่มีความสำคัญมากในชีวิตประจำวัน โดยทั่วไปเรามักจะใช้ประโยชน์ของน้ำตาลในด้านการให้รสหวานแก่อาหาร เครื่องดื่มต่างๆ และที่เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปแล้วว่าพลังงานที่เกิดขึ้นในร่างกายมนุษย์เรานั้นได้มาจากอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรตที่บริโภคเข้าไป น้ำตาลก็จัดอยู่ในประเภทอาหารดังกล่าวนี้ แล้วสามารถให้พลังงานแก่ร่างกายได้โดยตรง ปกติร่างกายของคนที่อยู่ในสภาพที่แข็งแรงจะต้องการพลังงานวันละประมาณ 4,500 แคลอรีหากจะเปรียบพลังงานที่จะได้จากน้ำตาลทราย 1 ช้อนกาแฟ หรือประมาณ 5 กรัม สามารถให้พลังงานได้ถึง 20 แคลอรี นอกจากนั้นแล้วเมื่อเปรียบเทียบราคาน้ำตาลกับราคาอาหารชนิดอื่นต่อหน่วยน้ำหนักซึ่งให้พลังงานเท่ากัน ก็ปรากฏว่าราคาน้ำตาลถูกกว่า

น้ำตาลทรายที่บริโภคภายในประเทศเป็นน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์และน้ำตาลทรายขาวธรรมดาปริมาณความต้องการบริโภคน้ำตาลทรายขาวในประเทศทั้งหมด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมาไม่ต่ำกว่า 5 แสนตันต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีจากปริมาณ 5.25 แสนตันในปี พ.ศ. 2525 เพิ่มขึ้นเป็น 1.17 ล้านตันในปี 2535 หรือมีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.54 ต่อปีในระหว่างปี พ.ศ. 2536 ถึง พ.ศ. 2535 และอัตราการเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 9.38 ต่อปี (นิรนาม , 2535 : 115) มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการบริโภคน้ำตาลในครัวเรือนทางด้านปริมาณน้ำตาลบริโภคเฉลี่ยต่อคนนั้นก็มิแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นจากประมาณ 11 กิโลกรัมต่อคน ในปี พ.ศ. 2525 เป็นประมาณ 19 กิโลกรัมต่อคนในปี พ.ศ. 2534 และ 20 กิโลกรัมต่อคนในปี พ.ศ. 2535 (นิรนาม , 2535 : 118) การที่ผู้บริโภครายได้เพิ่มขึ้นการพัฒนารูปแบบการบริโภคน้ำตาลทรายจึงมีการเปลี่ยนแปลงขึ้น เพื่อสนองต่อความเปลี่ยนแปลงรสนิยมซึ่งจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระบบการค้าปลีกน้ำตาลทรายโดยตรงด้วย ระบบการค้าขายปลีกน้ำตาลทราย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในประเทศไทยถ้าจำแนกตามรูปแบบผลิตภัณฑ์อาจจะแบ่งได้ 2 รูปแบบด้วยกันคือ ระบบการค้า น้ำตาลทรายแบบกระสอบหรือตวงถึง เป็นระบบการค้าชายปลึกที่มีมาแต่ดั้งเดิม และระบบการค้า น้ำตาลทรายแบบบรรจุถุงพลาสติกซึ่งเป็นระบบการค้าปลึกที่เห็นกันอยู่โดยทั่วไปในปัจจุบัน โดย จะพบว่าร้านค้าปลึกในกรุงเทพมหานคร นิยมขายน้ำตาลทรายบรรจุถุงมากกว่าการขายน้ำตาล ทรายแบบกระสอบหรือตวงถึง เนื่องจากช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายโดยเฉพาะแรงงานแบกหามและ ค่าบรรจุน้ำตาลทราย ส่วนในด้านผู้บริโภคจะพบว่าผู้บริโภคมากนิยมซื้อน้ำตาลทรายบรรจุถุง เนื่องจากน้ำตาลทรายบรรจุถุงนั้นสะดวกแก่การเคลื่อนย้าย สะอาดและหาซื้อได้ง่ายทุกสถานที่และทุก โอกาสที่ต้องการ สำหรับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ซึ่งมีภารกิจประจำวันในการดำเนินชีวิต และการ งานทำให้มีเวลาจำกัดในการจับจ่ายซื้อหาอาหารมาบริโภค ดังนั้นการที่เอกชนได้นำระบบการ ค้าปลึกน้ำตาลทรายบรรจุถุงเข้ามาสนองความต้องการของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จึงน่าจะ ศึกษาว่าการเปลี่ยนแปลงการค้าปลึกดังกล่าว ได้สนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่และ ผู้บริโภคมีความต้องการน้ำตาลทรายอย่างไร น้ำตาลถึงแม้จะมีประโยชน์ต่อร่างกายในด้านการ ให้พลังงาน แต่เมื่อรับประทานเข้าไปมากเกินไปก็ทำให้เกิดโทษได้เหมือนกัน เมื่อรับประทาน น้ำตาลเข้าไปมากเกินไปก็เกิดความต้องการของร่างกาย เป็นสาเหตุให้เกิดโรคต่าง ๆ ได้เช่น โรคอ้วน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคฟันผุ โรคเบาหวาน เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้การบริโภค น้ำตาลลดลง ดังนั้นจากความสำเร็จและปัญหาดังกล่าว จึงควรมีการศึกษาการพฤติกรรมการบริโภค น้ำตาลทรายตลอดจนศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค รวมถึงทัศนคติ ของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมของผู้บริโภคน้ำตาลทราย ในเขต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการบริโภคน้ำตาลทราย เช่น ตรายี่ห้อ ปริมาณบรรจุ รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบรรจุ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย คุณภาพของน้ำตาลทราย รสนิยมของผู้บริโภค เป็นต้น

3. เพื่อทราบแนวทางการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคน้ำตาลทราย ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานครรวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคน้ำตาลทราย เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงสินค้าให้ดียิ่งขึ้น
3. เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ใช้ข้อมูลนี้ประกอบการตัดสินใจในการจัดหาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และในขณะเดียวกันผู้บริโภครู้ได้รับประโยชน์จากการปรับปรุงสินค้าที่ตรงความต้องการมากขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในครัวเรือนของชาวกรุงเทพฯ ถ้าทำการศึกษาประชากรทั้งหมดต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและเวลามาก ดังนั้นในการศึกษาดังนี้มุ่งที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในครัวเรือน ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและความคิดเห็นของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคที่ทำหน้าที่ประกอบอาหารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ตลอดจนผู้ศึกษามีข้อจำกัดด้านทางเวลาและค่าใช้จ่ายจึงจะสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 ตัวอย่าง โดยจะศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงเท่านั้น

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าหรือบริการทางเศรษฐกิจรวมถึงการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาหาร หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่มนุษย์รับประทานเข้าสู่ร่างกายแล้วก่อให้เกิดประโยชน์คือ ทำให้ร่างกายเจริญเติบโต ซ่อมแซมเนื้อเยื่อร่างกายและทำให้อวัยวะต่าง ๆ ทำงานได้ตามปกติ

น้ำตาล หมายถึง สารประกอบคาร์โบไฮเดรตประเภทโมโนแซ็กคาไรด์ และ โดแซ็กคาไรด์ซึ่งมีรสหวานโดยมากใช้ จาก มะพร้าว ตาล อ้อย

ซูโครส หมายถึง น้ำตาลที่ใช้ประจำบ้านและอุตสาหกรรม เป็นน้ำตาลโมเลกุลคู่ ประกอบด้วยโมเลกุลของกลูโคสและฟรุกโทส น้ำตาลซูโครสได้จากน้ำอ้อยหรือหัวบีต ทำให้เข้มข้นแล้วตกผลึก แล้วทำให้บริสุทธิ์

การตรวจเอกสาร

ศิวาพร ศิวเวรช (2527) กล่าวไว้ในบทความเรื่อง "การวิเคราะห์ปริมาณ ตะกั่วในน้ำตาลทราย" สรุปได้ว่า คุณภาพของน้ำตาลทรายที่ผลิตจำหน่ายเป็นสิ่งซึ่งที่ควรระมัดระวัง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทั้งผู้บริโภคและการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ ปัญหาการปนเปื้อนโลหะหนักในอาหารได้ทวีความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบันนี้เนื่องจากเป็นผลต่อเนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นพิษ อันอาจเกิดเนื่องมาจากการนำโลหะหนักต่าง ๆ มาใช้ด้วยวิธีการที่ไม่ถูกต้อง หรือขาด การระมัดระวัง ตะกั่วมักพบว่ามี การปนเปื้อนในอาหารเสมอทั้งนี้เนื่องจากการใช้ในอุตสาหกรรม เคมีกันค่อนข้างมาก เช่น ใช้ในการผลิตแบตเตอรี่ เป็นส่วนประกอบของน้ำมันเบนซิน ใช้ในการ ผลิต แก้ว สี หมึก ไม้ขีด นอกจากจะพบตะกั่วอยู่ที่ไปในสิ่งแวดล้อมแล้ว ตะกั่ว สามารถสะสมใน เลือด กระดูก ฟัน เล็บ ผม กล้ามเนื้อและน้ำเหลือง และการสะสมตะกั่วในร่างกายมนุษย์จะขึ้น กับอายุและระยะเวลาของผู้ได้รับ และเมื่อการสะสมตะกั่วในร่างกายมีปริมาณสูงพอร่างกายจะ แสดงอาการผิดปกติออกมา อาจเป็นแบบเฉียบพลันหรือแบบเรื้อรัง ซึ่งอาการต่างๆ ไปที่เกิดจาก พิษตะกั่วได้แก่ กระจายน้ำ อ่อนเพลีย หงุดหงิด เพื่อคลั่ง สมองถูกทำลาย หมดสติ และเสียชีวิต ภายใน 2-3 วัน ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การวิเคราะห์หาปริมาณตะกั่วในน้ำตาลทราย จึงมีความสำคัญ อย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อให้เป็นการตรวจสอบและควบคุมปริมาณตะกั่วไม่ให้เกินมาตรฐานที่กำหนดไว้เพื่อ ให้น้ำตาลทรายที่ผลิตได้มีคุณภาพดี ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและเพื่อประโยชน์ในการส่งออกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บึงอร นวลจันทร์ (2529) กล่าวว่าจากการวิเคราะห์หาปริมาณตะกั่ว ทองแดง แคดเมียมและสารหนูในน้ำตลทราษ จำนวน 262 ตัวอย่าง จากโรงงานผลิตน้ำตลทราษในประเทศไทย ปรากฏว่าในตัวอย่าง น้ำตลทราษดิบวิเคราะห์พบโลหะหนักเฉลี่ย ดังนี้คือ ตะกั่ว 0.48 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ทองแดง 0.32 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัมและแคดเมียม 0.13 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ตัวอย่างน้ำตลทราษขาวชั้นหนึ่งวิเคราะห์โลหะหนักเฉลี่ยดังนี้คือ ตะกั่ว 0.35 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ทองแดง 0.32 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัมและแคดเมียม 0.07 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ในตัวอย่างน้ำตลทราษบริสุทธิ์วิเคราะห์พบโลหะหนักเฉลี่ยคือ ตะกั่ว 0.43 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ทองแดง 0.18 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัมและแคดเมียม 0.01 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัมสำหรับน้ำตลทราษดิบพบว่ามีการปนเปื้อนของโลหะหนักมากที่สุด และตัวอย่างที่เก็บจากโรงงานภาคเหนือพบตะกั่วสูงสุด คือ 1.94 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ตัวอย่างที่เก็บจากโรงงานในภาคกลางพบทองแดงสูงสุดคือ 1.62 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัมและตัวอย่างที่เก็บจากโรงงานในภาคเหนือพบแคดเมียมสูงสุดคือ 0.33 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ส่วนปริมาณโลหะหนักที่พบมากที่สุดในน้ำตลทราษขาวชั้นหนึ่งนั้น พบว่าตัวอย่างที่เก็บจากโรงงานในภาคกลางพบตะกั่ว ทองแดง และแคดเมียมสูงสุด คือ 1.89 1.42 และ 0.35 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ตามลำดับส่วนตัวอย่างน้ำตลทราษบริสุทธิ์นั้นปรากฏว่า ตัวอย่างที่เก็บจากโรงงานในภาคเหนือ พบตะกั่วและทองแดงสูงสุดคือ 1.22 และ 0.67 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ตัวอย่างที่เก็บจากโรงงานในภาคตะวันออกพบแคดเมียมสูงสุดคือ 0.17 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม โดยสรุปตัวอย่างน้ำตลทราษที่นำมาวิเคราะห์ทั้งหมดปรากฏว่า ตัวอย่างน้ำตลทราษร้อยละ 62.59 มีตะกั่วปนเปื้อน ร้อยละ 59.92 มีทองแดงปนเปื้อน และร้อยละ 45.80 มีแคดเมียมปนเปื้อน ส่วนสารหนูนั้นไม่พบในตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ทุกตัวอย่าง

เมื่อได้เปรียบเทียบคุณภาพของน้ำตลทราษที่นำมาวิเคราะห์ทุกตัวอย่างกับมาตรฐานน้ำตลทราษที่ร่างโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ปรากฏว่าปริมาณโลหะหนักที่ตรวจพบในตัวอย่างน้ำตลทราษทุกประเภทไม่เกินระดับที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน และเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณโลหะหนักที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 98 (พ.ศ. 2529) พบว่า ปริมาณโลหะหนักที่พบในตัวอย่างน้ำตลทราษไม่เกินปริมาณที่กำหนดไว้เช่นกัน ยกเว้นตะกั่วที่พบในปริมาณสูงกว่าระดับที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับนี้

สุคนธ์ เนคมานุรักษ์ (2536) กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันน้ำตาลที่มีขายในท้องตลาดและ
 แม้บ้านทุกคนรู้จักกันดีคือ น้ำตาลทราย น้ำตาลทรายที่เราใช้ก็มีหลายชนิด ได้แก่ น้ำตาลทราย
 แดง น้ำตาลทรายสีฟ้า น้ำตาลทรายสีขาวและน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ น้ำตาลทรายเหล่านี้ทำมา
 จากอ้อยทั้งสิ้น สมัยก่อนไทยทำได้แต่น้ำตาลทรายแดงเท่านั้น วิธีทำง่ายไม่สลับซับซ้อน ส่วน
 น้ำตาลทรายขาวหรือน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ มีหลายกระบวนการ ขึ้นแรก เอาต้นอ้อยมาปับเอา
 น้ำอ้อยออกมา อุ่นน้ำอ้อยให้ร้อนประมาณ 55 องศาเซลเซียส อย่าให้สูงกว่านี้เพราะจะทำให้เกิด
 สีเข้มใส่ปูนขาวลงไปเพื่อให้ น้ำอ้อยเป็นกลางหรือเป็นด่างเล็กน้อย ปูนขาวที่ใส่ลงไปจะช่วยดั่งสิ่ง
 สกปรกที่ติดมากับน้ำอ้อยให้ตกเป็นตะกอนทิ้งไว้ให้ตะกอนนอนก้นกรองแยกเอาน้ำอ้อยใส ๆ นี้ไปต้ม
 1 ชั่วโมงจนได้น้ำเชื่อม ถ้าจะทำน้ำตาลทรายดิบก็เอาน้ำเชื่อมนี้ไปเชื่อมในหม้อได้เลย หลังจากนั้นก็
 ปั่นสไลด์เอาเม็ดน้ำตาลทรายดิบออก น้ำตาลทรายดิบที่ว่านี้ลักษณะ เป็นผลึกสีน้ำตาลอ่อนหรือสีน้ำตาล
 เข้มขึ้นอยู่กับกากน้ำตาลที่ห่อหุ้มอยู่รอบผลึก มีความชื้นมากจึงจับเป็นก้อนไม่ค่อยมีขายในท้องตลาด
 ส่วนมากทำแล้วส่งขายต่างประเทศหรือส่งโรงงานเพื่อเอาไปทำน้ำตาลทรายขาวต่อไป

ถ้าจะทำน้ำตาลทรายขาว ก็ต้องฟอกสีน้ำเชื่อมให้ขาวด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ซึ่ง
 ได้จากการเผากำมะถันหรือก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเผาถ่านโค้ก แล้วเคี่ยวให้วางลงไป
 อีกรจนเกิดผลึกของน้ำตาลนำไปปั่นในหม้อ เพื่อแยกเม็ดน้ำตาลออกจากกากน้ำตาลและล้างกาก
 น้ำตาลที่เคลือบผิวเม็ดน้ำตาลออกให้หมดอบให้แห้งต่อไปก่อนบรรจุกระสอบส่งจำหน่ายน้ำตาลทราย
 ที่ได้นั้นคือน้ำตาลทรายขาวสีขาวหรือสีนวลน้ำตาลที่ฟอกสีโดยใช้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มีสีขาวกว่า
 และเก็บได้นานโดยไม่เปลี่ยนเป็นสีเหลืองเหมือนฟอกด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และถ้าจะทำ
 น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์นั้น ทำจากอ้อยโดยตรงหรือทำจากน้ำตาลทรายดิบ น้ำตาลทรายสีฟ้าก็ได้
 โดยเริ่มตั้งแต่เอาน้ำตาลทรายดิบมาล้างด้วยน้ำเชื่อมเพื่อเอาสิ่งสกปรกหรือคราบของกากน้ำตาลที่
 เคลือบอยู่รอบผลึกน้ำตาลทรายดิบออก แล้วปั่นแยกผลึกน้ำตาลออกจากน้ำเชื่อมก็จะได้น้ำตาลทราย
 สีฟ้าเมื่อได้น้ำตาลทรายสีฟ้าแล้วเอามาละลายน้ำใหม่ทำเป็นน้ำเชื่อม ความชื้นขึ้นประมาณร้อยละ
 65 แล้วจึงฟอกสีน้ำเชื่อมด้วยผงถ่าน หรือใช้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์กับเรซิน สารที่ใช้ฟอกสีนี้ยังมี
 อีกหลายอย่าง และวิธีฟอกก็แตกต่างกันออกไปแล้วแต่โรงงานจะเลือกใช้เองตามความสะดวกเมื่อ
 กรองแล้วจะนำน้ำเชื่อมไปบริสุทธิ์เคี่ยวให้เป็นเม็ดน้ำตาลต่อไปจนถึงขั้นสุดท้ายก็จะได้น้ำตาลทราย
 ขาวบริสุทธิ์ตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิรนาม (2336) สรุปได้ว่าภัยแล้งนับเป็นปัญหาสำคัญที่ก่อให้เกิดความเสียหายในวงกว้างแก่พืชผลทางการเกษตรทำให้รายได้ในภาคเกษตรกรรม ซึ่งเป็นพลังซื้อของคนส่วนใหญ่ในประเทศมีแนวโน้มลดลง นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อการขยายการผลิตอ้อยและน้ำตาลไทย เพื่อที่จะเพิ่มบทบาทในตลาดโลกแทนที่ประเทศผู้ผลิตและส่งออกน้ำตาลรายใหญ่ของโลกในปัจจุบันที่มีแนวโน้มลดบทบาทตามลำดับ เนื่องจากต้องประสบปัญหาด้านการผลิตภายในประเทศ อาทิ ภัยแล้ง ซึ่งเป็นผู้ส่งออกน้ำตาลอันดับหนึ่งของโลก ได้ผลิตน้ำตาลลดลงเป็นลำดับเพราะประสบปัญหาหลายประการทั้งปัญหาการขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยว การขาดแคลนน้ำมันและพลังงาน ตลอดจนทั้งอาหฺลัยเครื่องจักรในขณะที่ยังขาดบราซิลซึ่งเคยเป็นประเทศผู้ส่งออกน้ำตาลรายใหญ่อันดับสองของโลกต้องลดบทบาททางด้านส่งออกน้ำตาลลงตามลำดับ เพราะมีการนำผลผลิตอ้อยทั้งประเทศไปใช้ในการผลิตแอลกอฮอล์สำหรับรถยนต์ การที่จะเร่งแก้ปัญหาภัยแล้ง ซึ่งมีที่ท่าว่าจะกลายเป็นปัญหาต่อเนื่องในระยะยาวและรุนแรงเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ภาครัฐบาลตลอดจนประชาชนจะต้องร่วมมือกันหามาตรการแก้ไขทั้งในระยะสั้นและระยะยาว สำหรับแนวทางการแก้ไขในระยะสั้นนั้น ได้แก่ สร้างแหล่งกักเก็บน้ำและระบบชลประทานขนาดต่าง ๆ ที่เหมาะสม และรณรงค์ให้มีการใช้น้ำกันอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ ส่วนการแก้ไขปัญหาระยะยาวจำเป็นที่จะต้องมีการเร่งสร้างสมดุลทางธรรมชาติให้กลับคืนมาด้วยการเร่งฟื้นฟูสภาพป่าไม้ ป่าต้นน้ำลำธารให้อยู่ในสภาพเดิมโดยเร็ว

นิรนาม (2537) สรุปได้ว่าการบริโภคน้ำตาลภายในประเทศยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ไม่ว่าจะพิจารณาจากปริมาณการบริโภคน้ำตาลทรายต่อหัวของประเทศไทยรวมทั้งแนวโน้มการขยายตัวของประชากรและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศและโลก ซึ่งจะมีผลทำให้ความต้องการใช้น้ำตาลทรายภายในประเทศเพื่อการบริโภคโดยตรงในครัวเรือนและโดยโรงงานอุตสาหกรรม ปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคน้ำตาลทรายในประเทศที่สำคัญประกอบด้วย ราคาจำหน่ายน้ำตาลทรายภายในประเทศ รายได้ของผู้บริโภค จำนวนประชากร ความเป็นไปได้ในการใช้สารให้ความหวานอื่น ๆ ทดแทนน้ำตาลทราย รวมทั้งนโยบายส่งเสริมการบริโภคน้ำตาลของรัฐ

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้านี้ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูล จากการปฏิบัติงานภาคสนามเป็นส่วนใหญ่ และได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสารต่าง ๆ ซึ่งแหล่งที่มาของข้อมูลมีดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถามผู้บริโภคน้ำตาลทราย กระจายตามพื้นที่ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 การสร้างแบบสอบถาม แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ แบ่งเป็น 4 ส่วนใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ส่วนของข้อมูลทั่วไป
2. ส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำตาลทราย
3. ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย
4. ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ

เมื่อร่างแบบสอบถามเสร็จแล้วจะทดสอบแบบสอบถามก่อน 10 ชุด เพื่อทดสอบความเข้าใจของคำถาม แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์มากขึ้น

1.2 การสุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำตาลทราย เพื่อสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เลือกเฉพาะผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงเท่านั้นจำนวน 120 ราย โดยสุ่มเขตในกรุงเทพมหานครจำนวน 10 เขต จากทั้งหมด 36 เขตใช้วิธีหีบแล้วไม่ใส่คืน ได้เขตต่าง ๆ ดังนี้ ดุสิต พญาไท บางรัก สานนาวา บางกะปิ พระโขนงดอนเมือง ปทุมวัน ลาดกระบัง บางพลัด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กระจายมากที่สุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ทั้งที่เป็นของรัฐบาลและหน่วยงานเอกชน เช่น หอสมุดแห่งชาติ หอสมุดของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ การบริโภคน้ำตาลทราย เช่น ตราสินค้า ปริมาณบรรจุ รูปแบบการบรรจุ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย คุณภาพน้ำตาลทราย รสนิยมผู้บริโภค โฆษณาและประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อต่าง ๆ เป็นต้น โดยการนำข้อมูลที่รวบรวมมาได้วิเคราะห์และเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการใช้สถิติอย่างง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยเสนอผลการวิเคราะห์เป็นตาราง และคำร้อยละ



สภาพการผลิต การบริโภคและการตลาดน้ำตาลทราย

สภาพการผลิตน้ำตาลทราย

น้ำตาลทราย คือ สารอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรต มีหน้าที่สำคัญทางโภชนาการคือ ให้พลังงานแก่ร่างกาย แต่โดยทั่วไปมักใช้ประโยชน์ของน้ำตาลทรายในรูปสารให้ความหวานของอาหารมากกว่าอย่างอื่น โดยน้ำตาลทราย 1 ช้อนชาให้พลังงาน 20 แคลลอรี่ น้ำตาลที่รู้จักแพร่หลายได้แก่ น้ำตาลทรายหรือซูโครส (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล , 2535)

ประเภทน้ำตาลทราย

1. น้ำตาลทรายดิบ (Raw Sugar) ได้แก่ ผลึกน้ำตาลซูโครส (Crystallized Sucrose) ที่มีความบริสุทธิ์ต่ำส่วนลักษณะผลึกจะชื้นและมีสีน้ำตาลอ่อนหรือ เข้มตามสีกากน้ำตาล (Molasses) ที่หุ้มอยู่รอบ ๆ น้ำตาลทรายชนิดนี้ผลิตโดยตรงจากอ้อยใช้กรรมวิธีการผลิตเรียกว่า ดีเฟเคชัน (Defecation process) ซึ่งหมายถึงการแยกสิ่งสกปรกออกจากน้ำอ้อยด้วยวิธีการตกตะกอน (Precipitation) โดยให้ความร้อนน้ำอ้อยแล้วผสมกับน้ำปูนขาว น้ำตาลทรายดิบไม่ใช่บริโภคแต่จะใช้เป็นวัตถุดิบผลิตน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์

2. น้ำตาลทรายขาว ประเภทผลิตจากอ้อยโดยตรง (Plantation or Mill White Sugar) ได้แก่ ผลึกน้ำตาลซูโครสที่มีความบริสุทธิ์สูงลักษณะผลึกแห้งและมีสีขาวใสหรือค่อนข้างขาว มีกากน้ำตาลติดมาบ้างเล็กน้อยน้ำตาลทรายชนิดนี้ผลิตโดยตรงจากอ้อยเช่นเดียวกับน้ำตาลทรายดิบ แต่ต่างกันโดยมีการฟอกสีน้ำอ้อยและน้ำเชื่อมตามกรรมวิธีฟอกสีแบบหนึ่งแบบใดใน 2 แบบดังนี้คือ

2.1 ซัลไฟเตชัน (Sulfitation Process) หมายถึงการฟอกแยกสิ่งสกปรกออกจากน้ำอ้อยและน้ำเชื่อมด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ซึ่งได้จากการเผากำมะถัน อาจมีการฟอกสีเฉพาะน้ำอ้อยอย่างเดียว ในกรณีต้องการลดการสูญเสียน้ำตาลและปริมาณกำมะถันที่จะติดไปกับน้ำตาลทราย วิธีนี้เรียกว่า ซิงเกิล ซัลไฟเตชัน (Single Sulfitation) ถ้ามีการฟอกสีทั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำอ้อยและน้ำเชื่อมเพื่อต้องการแยกสีให้ได้มากขึ้น โดยไม่คำนึงถึงการสูญเสียน้ำตาลและการเปลี่ยนแปลงสีขณะเก็บน้ำตาลไว้นาน ๆ วิธีนี้เรียกว่า ดับเบิล ซัลไฟเตชัน

2.2 คาร์บอนเนชัน (Carbonation Process) หมายถึงการฟอกสีแยกสิ่งสกปรกจากน้ำอ้อยด้วยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งได้จากฟลูวก๊าซ (Flue gas) ในปล่องเตาหม้อไอน้ำหรือได้จากเตาเผาหินปูนกับถ่านโค้ก (Lime Kiln) และมีการใช้ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์จำนวนน้อยช่วยฟอกสีของน้ำอ้อยและน้ำเชื่อมซ้ำอีกครั้งหนึ่ง กรณีใช้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ฟอกสีครั้งเดียวเรียกว่า ซิงเกิลคาร์บอนเนชัน (Single Carbonation) ส่วนการฟอกสีสองครั้งเรียกว่า ดับเบิล คาร์บอนเนชัน (Double Carbonation) น้ำตาลทรายขาวที่ใช้กรรมวิธีฟอกสีแบบ ซัลไฟเตชัน จะใช้ปริมาณปูนขาวน้อยกว่าแบบ คาร์บอนเนชันประมาณ ร้อยละ 10 แต่ลักษณะสีของน้ำตาลโดยเฉลี่ยจะไม่ดำกว่าและนอกจากนั้นจะได้ผลผลิตคืนกลับต่ำกว่าประมาณร้อยละ 2 แต่ น้ำตาลทรายขาวที่ผลิตจากกรรมวิธีฟอกสีทั้ง 2 แบบข้างต้นใช้บริโภคโดยตรงและในอุตสาหกรรมอาหารเช่น เครื่องดื่มบรรจุขวด นมกระป๋อง

3. น้ำตาลทรายบริสุทธิ์ (Refined Sugar) ได้แก่ผลึกน้ำตาลซูโคสที่มีความบริสุทธิ์สูงกว่ากรรมวิธีของน้ำตาลทราย 2 ประเภทข้างต้น โดยทั่วไปเช่นในกรณีของต่างประเทศการผลิตน้ำตาลทรายบริสุทธิ์ไม่ทำการผลิตออกมาเฉพาะเป็นน้ำตาลทรายบริสุทธิ์ชนิดสีขาว ซึ่งมีลักษณะผลึกแห้งชนิดเดียวกันแต่จะผลิตออกมาเป็นน้ำตาลทรายบริสุทธิ์ชนิดต่าง ๆ อีกมากมายหลายชนิดตามความต้องการของตลาดผู้บริโภคบางกรณีอาจผลิตออกมาถึง 10 กว่าชนิด จำแนกตามความแตกต่างในเรื่องขนาดเกล็ด ระดับสี และความชื้น ตลอดจนความหวานเช่น ชนิดที่เรียกว่า ซอฟท์ ซูการ์ ลักษณะผลึกชื้นเป็นผงอ่อนนุ่มไม่เกาะและให้รสหวานหอม น้ำตาลทรายชนิดนี้จึงหวานกว่าน้ำตาลทรายทั่วไป

กรรมวิธีการผลิต

1. น้ำตาลทรายดิบ

มีลักษณะ เป็นเกล็ดใสสีน้ำตาลอ่อนถึงสีน้ำตาลเข้ม ซึ่งเป็นสีของน้ำอ้อยปนน้ำตาลเคี้ยวใหม่เพราะเกล็ดน้ำตาลยังมีกากน้ำตาลเคลือบอยู่ ปริมาณความชื้นค่อนข้างสูง เกล็ดน้ำตาลจับเกาะติดกัน กรรมวิธีการผลิตน้ำตาลทรายดิบจากอ้อย แบ่งเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 การสกัดน้ำอ้อยหรือการหีบอ้อย เมื่อชาวไร่นำอ้อยมาส่งยังโรงงานน้ำตาล อ้อยลำหลังจากซึ่งจะถูกแทงในช่องรับอ้อยแล้วส่งไปตามสะพานเลื่อน (Cane carrier) ไปยัง เครื่องตัด (Cane cutter) ซึ่งอ้อยจะถูกตัดเป็นชิ้นเล็ก ๆ เครื่องตัดประกอบด้วยมีด จากนั้นจะถูกกลับด้วยเครื่องสับ (Shredder) จนละเอียดเพื่อให้เซลล์เก็บน้ำอ้อยแตก แล้วจึงเข้าสู่ชุดลูกหีบ (Roller mills) ซึ่งประกอบด้วยลูกหีบนอน 4 หรือ 5 ชุดที่ต่อเนื่องกัน แต่ละชุดประกอบด้วย ลูกหีบเหล็ก 3 ลูก ลูกหีบชุดสุดท้ายของอ้อยจะถูกพรมด้วยน้ำร้อน อุณหภูมิ 80-90 องศาเซลเซียส จากหม้อน้ำเพื่อชะน้ำตาลที่ยังเหลืออยู่ออก น้ำจากลูกหีบชุดนี้ใช้ชะชานอ้อยในลูกหีบชุดก่อนซึ่งเป็น การไหลสวนทาง (Counterflow) จนถึงลูกหีบชุดสอง (ที่ลูกหีบชุดแรกไม่มีการชะด้วยน้ำร้อน) กากอ้อยหรือชานอ้อยที่ได้น้ำหนักประมาณร้อยละ 30 ของอ้อยลำที่ส่งเข้าหีบ โรงงานน้ำตาลส่วนใหญ่จะใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับหม้อน้ำที่ใช้ผลิตไอน้ำต้นกำลังของโรงงาน และชานอ้อยเป็นวัตถุดิบ ในการผลิตไม้อัด (Chip board) บางแห่งอาจใช้ผลกับกากน้ำตาลเป็นอาหารวัว น้ำอ้อย จากลูกหีบเรียกว่า น้ำอ้อยรวม (Mixed juice) มีสีเขียวเข้ม pH ประมาณ 5.3 บางโรงงาน อาจใช้เครื่องสกัดไอน้ำร้อน ซึ่งตัดแปลงจากเครื่องสกัดน้ำหวานจากหัวผักกาดหวานแทนลูกหีบ

1.2 การทำความสะอาดน้ำอ้อย น้ำอ้อยรวมหลังจากกรองด้วยตะแกรงจะถูกส่ง ไปหม้อผสมน้ำปูนขาว ทำให้ร้อนถึง 105 องศาเซลเซียส แล้วส่งไปยังฟักใส (Continuous juice clarifier) แคลเซียมในน้ำปูนขาวนั้นก็จะทำปฏิกิริยากับสารฟอสเฟตในน้ำอ้อยซึ่งเกิด แคลเซียมฟอสเฟต (Calcium phosphate) ซึ่งจะช่วยดูดซับสารแขวนลอยในน้ำอ้อยรวมเป็น ตะกอนตกลงกันถึง การทำให้น้ำอ้อยร้อนช่วยทำให้สารโปรตีนพวกอัลบูมิน (albumins) แข็งตัว รวมตัวกับไซออยและยางเหนียวเป็นตะกอนตกลงพร้อมกับสิ่งสกปรกอื่น ๆ ต่อมา น้ำอ้อยใสจะถูก ดูดออกแล้วส่งไปยังหม้อต้มม่วงแบบสุญญากาศ ซึ่งจะรวมกับน้ำอ้อยใสที่กรองจากน้ำอ้อยขุ่นกันถึง (Mud Juice) โดยใช้เครื่องกรองสุญญากาศแบบหมุน (Rotary vacuum filter) ที่ความดัน สูงคือร้อยละ 70 - 80 ทำให้ได้น้ำอ้อยใสที่ได้มีความเข้มข้นประมาณ 15 องศาบริกซ์ (ร้อยละ โดยน้ำหนักของของแข็งในสารละลาย วัดโดยเครื่องรีแฟรคโตมิเตอร์หรือไฮโดรมิเตอร์ ในกรณี ของน้ำอ้อยหรือน้ำเชื่อมคือ ค่าของน้ำตาลที่รวมสิ่งเจือปน ค่าจริงของน้ำตาลจะต่ำกว่าค่านี้) ค่า pH ประมาณ 7.5

1.3 การระเหยน้ำอ้อย น้ำอ้อยซึ่งมีน้ำประมาณร้อยละ 80 ต้องระเหยน้ำออก จนมีความเข้มข้น 60 - 65 องศาบริกซ์ โดยการให้หม้อต้มม่วงแบบสุญญากาศ 4 หม้อต่อเนื่องกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Quadruple vacuum evaporator - Multiple effect evaporator) หลังจากนั้นน้ำเชื่อมจะถูกส่งไปยังหม้อเคี้ยวสุญญากาศ (Vacuum boiling pan)

1.4 การตกผลึกน้ำตาล ภายในหม้อเคี้ยวสุญญากาศน้ำเชื่อมถูกเคี้ยวจนถึงจุดอิ่มตัว ความเข้มข้นประมาณ 78 - 79 องศาบริกซ์ ตรงนี้อาจทำให้ตกผลึกโดยเติมเชื้อผลึกน้ำตาล (Magma) ซึ่งเป็นน้ำเชื่อมที่มีผลึกน้ำตาลผสม น้ำตาลจะเริ่มตกผลึกปนอยู่ในน้ำเชื่อม น้ำเชื่อมที่มีผลึกน้ำตาลปนเรียกว่า แมสคิวิต (Massecurites) จะถูกส่งไปยัง รางกวน (Cuystallizer)

1.5 การแยกผลึกน้ำตาล แมสคิวิตจากรางกวนจะถูกส่งไปหม้อปั่น ซึ่งสกัดน้ำเชื่อมที่เป็นน้ำเลี้ยงผลึก (Mother liquor) ออกจากน้ำตาลทรายดิบ ของเหลวนี้สีเหลืองจึงเรียกว่า น้ำเหลือง กระบวนการนี้จะทำซ้ำ 2 หรือ 3 ครั้ง น้ำเหลืองครั้งสุดท้ายสีน้ำตาลเข้มเกือบดำเรียกว่า กากน้ำตาล (Molasses) ซึ่งยังมีน้ำตาลซูโครสอยู่อีกประมาณร้อยละ 35 และน้ำตาลอินเวิร์ตอีกประมาณร้อยละ 20 ซูโครส ส่วนนี้ไม่สามารถแยกออกได้อีกโดยหม้อปั่น แต่อาจแยกได้โดยกรรมวิธีอื่น ปกติโรงงานจะจำหน่ายกากน้ำตาลเป็นผลพลอยได้ เพื่อใช้ในการผลิต แอกอฮอล์ผลิตยีสต์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรือใช้ผสมอาหารสัตว์โดยเฉพาะอาหารสัตว์เคี้ยวเอื้อง เช่น วัว กากน้ำตาลมีเถ้าประมาณร้อยละ 10 สารอินทรีย์ที่ไม่ใช่น้ำตาลร้อยละ 15 ความชื้นร้อยละ 20 น้ำตาลทรายดิบเป็นน้ำตาลทรายที่มีความบริสุทธิ์ต่ำกว่าน้ำตาลอื่น ๆ สีอาจเป็นสีน้ำตาลอ่อนถึงเข้ม ทั้งขึ้นอยู่กับระดับการทำความสะอาดน้ำอ้อย สีที่เห็นส่วนใหญ่เป็นสีของกากน้ำตาลที่หุ้มผลึก น้ำตาลที่ซื้อขายกันในตลาดโลกส่วนใหญ่เป็นน้ำตาลทรายดิบ

2. น้ำตาลทรายขาว

กรรมวิธีเริ่มจาก น้ำเชื่อมจะถูกทำให้สะอาดโดยกระบวนการต่าง ๆ เช่น กระบวนการซัลไฟเตชัน (Sulphitation process) ใช้ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) กระบวนการคาร์บอนเนเตชัน (Carbonatation process) ใช้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) กระบวนการทาลอดิวรา (Talodura process) ใช้กรดฟอสฟอริก (H_3PO_4) บางกรณีอาจใช้กระบวนการผสมและอาจใช้การแลกเปลี่ยนประจุ (Ion exchange) น้ำตาลที่ผลิตได้มีสีขาว เป็นน้ำตาลทรายขาวที่ใช้ภายในประเทศ ซึ่งสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมน้ำตาลทรายขาวโดยย่อคือ ค่าโพลไม่น้อยกว่า 99.5 สเกลน้ำตาลสากล น้ำตาลอินเวิร์ตไม่มากกว่าร้อยละ 0.1 มีความชื้นไม่เกินร้อยละ 0.1 สำหรับน้ำตาลทรายชั้นหนึ่งให้สีน้อยกว่า 150 หน่วย ICUMSA ส่วนน้ำตาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทรายขาวธรรมดาให้มีสีน้อยกว่า 400 หน่วย ICUMSA มีสีขาวนวล ขนาดของเกล็ดน้ำตาลขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่เคี่ยวในหม้อเคี่ยวและการกวนในรางกวน ส่วนน้ำตาลกวาดซึ่งเป็นก้อนโตลักษณะคล้ายกับสารส้มนั้น ในสมัยก่อนได้จากการตกผลึกของซูโครสจากน้ำเชื่อมที่ใช้ในการทำผลไม้เชื่อม น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์

3. น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์

มีลักษณะเป็นผลึกใสสะอาดไร้สี เป็นอาหารที่เป็นเส้นใยเคมีบริสุทธิ์เกือบร้อยละ 100 (น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์จากโรงงานทันสมัย ค่าโพลอาจถึง 99.99) ผลิตจากน้ำตาลทรายดิบ โดยการนำน้ำตาลทรายดิบผสมกับน้ำเชื่อมเพื่อล้างกากน้ำตาลที่เคลือบน้ำตาลทรายดิบออก น้ำตาลที่ล้างแล้วจะถูกส่งเข้าเครื่องละลาย เครื่องฟอก เครื่องกรอง เครื่องดูดสี ตามลำดับ ซึ่งอาจใช้ทั้งถ่านและเรซิน (Rasin) เป็นตัวดูดสี กระบวนการที่ใช้ในแต่ละโรงงานอาจแตกต่างกัน แต่โดยทั่วไปเป็นกระบวนการคาร์บอนเนเตชัน กระบวนการซิลิเคชัน หรือ กระบวนการทาลโฟลอค (Talofloc) หลังจากนั้นจึงนำน้ำเชื่อมไปตกผลึก ปั่นแยกผลึกโดยกรรมวิธีที่คล้ายคลึงกับการผลิตน้ำตาลทรายดิบ แล้วอบผลึกที่ยังชื้นให้แห้งโดยใช้ลมร้อนเป่าผ่านแล้วผ่านเครื่องร่อนเพื่อแยกขนาดเกล็ดตามที่ต้องการ โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้กำหนดมาตรฐานน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ต้องมีค่าโพลไม่น้อยกว่า 99.7 สเกลน้ำตาลสากล น้ำตาลอินเวิร์ตไม่มากกว่าร้อยละ 0.04 มีความชื้นไม่มากกว่าร้อยละ 0.1 สีน้อยกว่า 60 หน่วย ICUMSA

การบริโภคน้ำตาลทราย

แนวโน้มการบริโภคน้ำตาลทรายภายในประเทศ

น้ำตาลทรายที่ใช้บริโภคในประเทศเป็นน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์และน้ำตาลทรายขาวธรรมดา ปริมาณความต้องการบริโภคน้ำตาลทรายขาวภายในประเทศตั้งแต่ปี 2525 เป็นต้นมาไม่ต่ำกว่า 5 แสนตันต่อปีและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีจากปริมาณ 5.25 แสนตัน ในปี 2525 เพิ่มขึ้นเป็น 1.17 ล้านตันในปี 2535 หรืออัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.54 ต่อปี ระหว่างปี 2526 ถึง 2535 และอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.38 ต่อปี ระหว่างปี 2530 - 2535 (ตารางที่ 1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ปริมาณน้ำตาลบริโภคในครัวเรือน ใช้ในอุตสาหกรรมและปริมาณบริโภคเฉลี่ยต่อคน
ปี 2525 ถึง 2535

ปี	บริโภคใน ครัวเรือน (พันตัน)	ใช้ใน อุตสาหกรรม (พันตัน)	รวมทั้งหมด (พันตัน)	สัดส่วนการบริโภคใน ครัวเรือนต่อทั้งหมด (ร้อยละ)	ปริมาณ บริโภคต่อหัว (กิโลกรัม)
2525	410	115	525	78	10.7
2526	514	117	631	81	12.7
2527	521	134	655	80	12.9
2528	536	132	668	88	12.9
2529	529	160	689	77	12.8
2530	625	193	818	76	14.8
2531	587	233	820	72	14.6
2532	655	253	908	72	15.9
2533	743	280	1,020	73	18.1
2534	822	279	1,101	75	19.3
2535	854	316	1,170	73	20.3

ที่มา : (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล , 2535)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ปริมาณน้ำตาลทรายขาวบริโภคภายในประเทศ (โควต้า ก.) แบ่งตามประเภท
ของน้ำตาลทราย

(หน่วย : พันตัน)

ปี	ปริมาณน้ำตาลทรายขาว		
	บริสุทธ์	ธรรมดา	ทั้งหมด
2531	288 (27.80)	592 (72.20)	820
2532	279 (30.40)	632 (69.90)	908
2533	328 (32.06)	695 (67.94)	1,023
2534	355 (32.24)	746 (67.76)	1,101
2535	377 (32.22)	793 (67.78)	1,170

หมายเหตุ 1/ ตัวเลขในวงเล็บเป็นร้อยละของทั้งหมด

ที่มา : (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล , 2535)

สัดส่วนของการบริโภคน้ำตาลที่ใช้บริโภคภายในประเทศทั้งหมดจะเป็นประมาณร้อยละ 30 ของผลผลิตน้ำตาลทั้งหมด (เหลือส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของผลผลิตน้ำตาลทรายทั้งหมด) โดยประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณน้ำตาลทรายที่บริโภคภายในประเทศทั้งหมดเป็นน้ำตาลทรายขาวธรรมดาและที่เหลือประมาณร้อยละ 30 เป็นน้ำตาลทรายขาวบริสุทธ์ (ตารางที่ 2) ปริมาณที่ใช้บริโภคภายในประเทศทั้งหมดยังแบ่งออกได้เป็น การบริโภคในครัวเรือน ประมาณร้อยละ 70 และการใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม (รวมสุรา และเบียร์) อาหาร (รวมอาหารกระป๋องและน้ำปลา) ผลิตภัณฑ์นม ลูกกวาด ยา และอื่น ๆ ประมาณร้อยละ 30

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการบริโภคน้ำตาลในครัวเรือน และทางภาคอุตสาหกรรมระหว่างปี 2525-2535 พบว่าปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้นทั้งคู่เกือบทุกปี โดยปริมาณน้ำตาลที่ใช้ในอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากกว่า ในปี 2525 ปริมาณน้ำตาลที่บริโภคโดยครัวเรือนมีปริมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.10 แสตนตัน เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 8.54 แสตนตันในปี 2535 หรือมีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.99 ต่อปี (ตารางที่ 1) หรือร้อยละ 80 ของน้ำตาลทรายที่บริโภคธรรมดา ที่เหลือประมาณ ร้อยละ 20 เป็นน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ใช้ทำน้ำเชื่อมปรุงอาหาร ทำขนม ผสมเครื่องดื่มบริโภค ในครัวเรือน (ตารางที่ 3) ส่วนการใช้น้ำตาลทรายในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้นจากประมาณ 1.15 แสตนตัน ในปี 2525 เป็นประมาณ 3.16 แสตนตัน เฉลี่ยร้อยละ 10.95 ต่อปี ขณะที่สัดส่วน ของปริมาณน้ำตาลทรายที่ใช้ในอุตสาหกรรมได้เพิ่มขึ้น จากปริมาณร้อยละ 22 ในปี 2525 เป็น ประมาณร้อยละ 27 ในปี 2535 (ตารางที่ 1) การเพิ่มความสำคัญของอุตสาหกรรมที่ใช้น้ำตาล ทรายเป็นวัตถุดิบยังสามารถเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นในสัดส่วนของน้ำตาลทรายบริสุทธิ์ (ส่วนใหญ่ใช้ ในอุตสาหกรรม) ในปริมาณน้ำตาลทรายที่บริโภคภายในประเทศทั้งหมดจากประมาณร้อยละ 28 ในปี 2531 เป็นประมาณร้อยละ 32 ในปี 2535 (ตารางที่ 2) ทั้งนี้เป็นเพราะการขยายตัวของ อุตสาหกรรมที่ใช้น้ำตาลทรายเป็นวัตถุดิบ เนื่องจากการเพิ่มประชากรในประเทศรวมทั้งการขยาย ตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนนโยบายรัฐด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้น้ำตาลทราย เป็นวัตถุดิบผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก ทำให้มีการผลิตสินค้าที่ใช้น้ำตาลทรายเป็นวัตถุดิบจำหน่าย ภายในประเทศและเพื่อการส่งออกมากขึ้น ประมาณร้อยละ 67 ของน้ำตาลทรายขาวที่ใช้ในภาค อุตสาหกรรมเป็นน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ และที่เหลือประมาณร้อยละ 33 เป็นน้ำตาลทรายขาว ธรรมดา

ทางด้านปริมาณน้ำตาลบริโภคเฉลี่ยต่อคนก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นจากประมาณ 11 กิโลกรัมต่อคนในปี 2525 ประมาณ 19 กิโลกรัมต่อคนในปี 2534 และ 20 กิโลกรัมต่อคนใน ปี 2535 ดังนั้นการบริโภคน้ำตาลทรายในประเทศยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ ไม่ว่าจะพิจารณาจากปริมาณการบริโภคน้ำตาลทรายต่อประชากร 1 คน รวมทั้งแนวโน้มการขยาย ตัวของประชากรและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศและโลก ซึ่งมีผลทำให้ความต้องการ ใช้น้ำตาลทรายในประเทศเพื่อการบริโภคโดยตรงในครัวเรือนและในโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้นได้

ตารางที่ 2 ปริมาณน้ำศาลทรายขาวบริเวณโคราชรั้วเงื่อนไข

(หน่วย : พันตัน)

ปี	ปริมาณน้ำศาลทรายขาว		
	ปีสุดท้าย	ธรรมดา	ทั้งหมด
2531	82 (19.97) ✓	505 (36.03)	587
2532	118 (18.02)	537 (31.98)	655
2533	146 (19.65)	597 (30.35)	743
2534	179 (21.78)	643 (73.22)	822
2535	168 (19.44)	688 (30.56)	854

หมายเหตุ 1/ ตัวเลขในวงเล็บเป็นร้อยละของทั้งหมด

ที่มา : (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล , 2535)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการน้ำศาลทรายขาวในประเทศ

1. ราคาน้ำตาลทรายขาวในประเทศ โดยทั่วไปปริมาณความต้องการบริโภคน้ำตาลทรายจะแปรผกผันกับราคาขายปลีกน้ำตาลทราย กล่าวคือปริมาณน้ำตาลทรายที่ผู้บริโภคร้องการจะลดลง ถ้าหากราคาน้ำตาลทรายสูงขึ้นและในทางกลับกันปริมาณน้ำตาลทรายที่ร้องการจะเพิ่มขึ้นถ้าหากราคาน้ำตาลทรายลดลง ทั้งนี้รัฐบาลได้กำหนดราคาขายปลีกไว้ค้ำสำหรับน้ำตาลทรายขาวธรรมดา กิโลกรัมละ 12.00 บาทและน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ กิโลกรัมละ 13.00 บาท โดยราคาบังคับนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลยจนถึงปัจจุบัน ทำให้ระยะต่อมาปริมาณความต้องการน้ำตาลทรายของผู้บริโภคจึงไม่มีอิทธิพลด้านการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำตาลทรายขาวในประเทศ

2. รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคจะมีผลต่อความต้องการบริโภคน้ำตาลทรายโดยตรง ถ้าผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นจะมีความต้องการบริโภคน้ำตาลเพิ่มขึ้นด้วย ในการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัดขนาดของผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงรายได้ต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการบริโภค น้ำตาลทรายสามารถวัดจาก ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (income elasticity of demand) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ปริมาณความต้องการบริโภค น้ำตาลทรายจะเปลี่ยนแปลงไปจำนวนเท่าใด ด้านแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรายได้เฉลี่ยต่อหัวในปี 2525 - 2534 พบว่าได้เพิ่มขึ้นทุกปีโดยเพิ่มจาก 6,728 บาทในปี 2525 เป็น 11,983 บาท ในปี 2534 หรืออัตราการเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 6.15 ต่อปี ส่วนการประมาณรายได้เฉลี่ยต่อหัวในช่วงปี 2535 - 2544 และเพิ่มขึ้นจาก 12,893 บาทในปี 2535 เป็น 22,363 บาทในปี 2544 หรืออัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 6.45 ต่อปี (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล, 2535) จาก ข้อมูลข้างต้นทำให้พยากรณ์ได้ว่าปริมาณการบริโภคน้ำตาลทรายของครัวเรือนในภาคที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าในอดีต ทั้งนี้เพราะรายได้ต่อบุคคลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงขึ้น

3. จำนวนประชากร จำนวนประชากรจะมีผลต่อความต้องการบริโภคน้ำตาลทราย โดยตรง ถ้าหากประชากรจำนวนเพิ่มขึ้นทำให้มีความต้องการบริโภคน้ำตาลทรายในครัวเรือนมากขึ้น จากข้อมูลแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรในช่วงปี 2525 - 2534 จำนวนประชากรได้เพิ่มขึ้นจากประมาณ 49 ล้านคนในปี 2525 เป็นประมาณ 57 ล้านคนในปี 2534 หรืออัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.87 ต่อปี ส่วนการเพิ่มขึ้นของประชากรในอนาคต ประมาณการว่าเพิ่มขึ้นประมาณ 65 ล้านคนในปี 2544 หรืออัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.31 ต่อปี (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล, 2535) ดังนั้นจึงคาดหมายได้ว่าจะมีการบริโภคน้ำตาลทรายเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นแต่อัตราการเพิ่มของการบริโภคจะน้อยกว่าในอดีตที่ผ่านมาเพราะอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรมีแนวโน้มที่จะลดลงต่ำกว่าในอดีต

4. สถานการณ์การบริโภคสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลทราย คุณสมบัติของสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลทราย (Sweetener) แบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ

4.1 สารให้ความหวานในรูปน้ำตาลแท้ หรือสารให้ความหวานประเภทให้คุณค่าทางโภชนาการ หรือประเภทให้แคลอรี (Nutritive or Caloric Sweetener) เช่น น้ำผึ้ง น้ำตาลปีบจากต้นมะพร้าว น้ำตาลปีบจากต้นตาล น้ำเชื่อมจากข้าวโพด น้ำตาลกลูโคสและน้ำเชื่อมหวานจากพืชชนิดอื่น ๆ ซึ่งมีการผลิตมานานแล้ว แต่เนื่องจากรสชาติความหวานค่อนข้างแตกต่างกันไปจากน้ำตาลทรายที่นิยมบริโภคกันมาแต่อดีต ประกอบกับรูปลักษณะ สถานะและคุณสมบัติเฉพาะตัวค่อนข้างดีน้อยกว่าน้ำตาลทรายอยู่มาก จึงทำให้การบริโภคจำกัดอยู่ในวงแคบจนกระทั่งเทคโนโลยี

ก้าวหน้าจึงได้มีการผลิตสารให้ความหวานประเภทให้แคลลอรี่ชนิดอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น เป็นลำดับ คือ น้ำเชื่อมความหวานสูงจากข้าวโพด (High Fructose Corn Syrup : HFCS) หรือที่เรียกกันว่าน้ำเชื่อมฟรุกโตส ซอร์บิตอล (Sorbitol) ซึ่งผลิตโดยให้แป้งมันสำปะหลังและ แป้งข้าวโพดเป็นวัตถุดิบและสตีเวีย (Stevia) ซึ่งผลิตจากหญ้าหวานชนิดหนึ่งจากสหรัฐอเมริกา โดยที่น้ำเชื่อมฟรุกโตสเป็นสารให้ความหวานที่ได้รับความนิยมในการนำไปใช้ทดแทนน้ำตาลทราย มากที่สุด โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมผลิตน้ำอัดลมในประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น เนื่องจากมี ต้นทุนที่ต่ำกว่าน้ำตาลทรายมาก ดังนั้นทำให้กลุ่มผู้ผลิตน้ำตาลทรายประสบกับปัญหาในการทำค้า น้ำตาลทรายได้

4.2 สารให้ความหวานในรูปน้ำตาลเทียม (Artificial Sweetener) ซึ่งเป็นสารให้ความหวานสูงแต่ให้แคลลอรี่ต่ำ (High Intensity Sweetener) ซึ่งผลิตขึ้นโดยวิธีการสังเคราะห์ทางเคมีนิยมบริโภคกลุ่มสตรีที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก ในปัจจุบันสารให้ความหวาน ประเภทน้ำตาลเทียมที่ได้รับความนิยมมากได้แก่ แอสปาร์แตม พัลสวีท 1/160 (น้ำตาลเทียมซึ่งมีส่วนผสมของแอสปาร์แตม ซึ่งจะให้ความหวานสูงกว่าน้ำตาลทรายประมาณ 200 เท่า) ซัคทสกร (Saccharin) และเอซึทเฟม-เค (Acesulfame-K) ซึ่งมีความหวานสูงกว่าน้ำตาลทราย ประมาณ 300 เท่า แต่น้ำตาลเทียมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันนั้นได้แก่ แอสปาร์แตม (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและน้ำตาลทราย , 2535) ซึ่งมีความหวานมากกว่าน้ำตาลทราย ประมาณ 200 เท่าซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มบุคคลที่ต้องการควบคุมน้ำหนักโดยใช้ผสมเครื่องดื่มประเภท น้ำชา กาแฟ และอาหารอื่น ๆ รวมทั้งในอุตสาหกรรมที่ผลิตน้ำอัดลมสำหรับผู้ควบคุมน้ำหนัก เช่น ได-เอ็ท เป็ปซี ไดเอ็ท โค้ก และ ไดเอ็ท เซเว่นอัพ เป็นต้น ทางด้านสถานการณ์การใช้ สารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลทรายในประเทศไทย ปัจจุบันการบริโภคสารให้ความหวานทดแทน น้ำตาลทรายในประเทศไทยยังคงอยู่ในวงจำกัด เนื่องจากน้ำตาลทรายสามารถหาซื้อได้ง่ายและ ราคาจำหน่ายไม่แพงจนเกินไปในความรู้สึกของผู้บริโภคทั่วไปการบริโภคสารให้ความหวานทดแทน น้ำตาลทราย เช่น น้ำตาลปีบจากมะพร้าว น้ำตาลปีบจากต้นตาลจึงจำกัดเฉพาะการทำขนมหวาน บางประเภทเท่านั้น ส่วนการบริโภคซัคทสกรก็มีการใช้ในบรรดาผู้ค้าปลีกผลไม้สดเพื่อเพิ่มความ หวานแก่ผลไม้ปอกขายสด เช่น สับปะรด ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตขนมหวาน เช่น ลูกกวาด ขนม ขบเคี้ยว และ อุตสาหกรรมผลิตน้ำเชื่อมกลูโคส ดังนั้นสารทดแทนความหวานจึงไม่ได้สร้างปัญหา แก่ผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทรายมากนัก ส่วนการบริโภคสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลทราย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แอสปาร์แตม และน้ำเชื่อมฟรุกโตส ได้เริ่มมีบทบาทในตลาดสารให้ความหวานในประเทศไทยบ้างแล้ว ถึงแม้ว่าจะยังอยู่ในวงจำกัด แต่ก็ได้เริ่มสร้างปัญหาแก่ผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทรายว่า อาจจะมีบทบาทในการทดแทนน้ำตาลทรายเพิ่มขึ้นในอนาคตได้ ซึ่งปัจจุบันได้มีการนำเข้าสู่สารให้ความหวานแคลลอรี่ต่ำ (แอสปาร์แตม) จากต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายปลีกแก่ผู้บริโภคตามร้านค้าทั่วไปอย่างแพร่หลายจำนวน 3 ยี่ห้อด้วยกัน คือ สารให้ความหวานตราพิตเน่ สารแอสปาร์แตม ยี่ห้อ อีควอล สารให้ความหวานแคลลอรี่ต่ำยี่ห้อ ฟัลสวีท นอกจากนี้สารให้ความหวานแอสปาร์แตมทั้ง 3 ยี่ห้อแล้ว ยังมีสารแอสปาร์แตมยี่ห้อ ไดเอ็ต ซึ่งเป็นสารแอสปาร์แตมชนิดเม็ดของบริษัทลีลมการแพทย์และยี่ห้อ สควิปตาซึ่งเป็นสารแอสปาร์แตมทั้งชนิดน้ำและชนิดเม็ดของบริษัทสควิป จำกัด แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนักแต่ในช่วงปัจจุบันสารแอสปาร์แตม กำลังอยู่ในช่วงการโฆษณาเชิญชวนผู้บริโภคโดยเฉพาะในกลุ่มสตรีที่ต้องการควบคุมน้ำหนักที่มีรายได้สูง เห็นได้จากการโฆษณาแข่งขันทางนิตยสารสตรีและทางวิทยุโทรทัศน์ ดังนั้นการบริโภคสารแอสปาร์แตมในปัจจุบันจึงยังอยู่ในวงแคบ เนื่องจากราคาจำหน่ายค่อนข้างสูงและผู้บริโภคยังคงเคยชินอยู่กับการบริโภคน้ำตาลทราย นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ยังได้มีคำเตือนบนฉลากสินค้าว่า " ให้ใช้สำหรับผู้ใหญ่เท่านั้น " และ " ไม่แนะนำให้ใช้ในอาหารขณะที่กำลังปรุงบนเตา " (เพราะสารประเภทนี้เมื่อถูกความร้อนสูงนาน ๆ ความหวานจะลดลง) และ " ห้ามใช้ในสภาวะพินิลคีโตนูเรื้อ " ซึ่งทำให้ผู้บริโภคยังคงเล็งเลใจที่จะบริโภคสารให้ความหวานประเภทนี้

5. นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลที่มีต่ออุปสงค์ในด้าน ราคา และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดของประเทศที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วย

5.1 นโยบายควบคุมการจำหน่ายน้ำตาลทรายขาวภายในประเทศ ประเภท (โควต้า ก.) ซึ่งกำหนดขึ้นโดยคณะกรรมการน้ำตาลทราย ซึ่งมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการจำหน่ายน้ำตาลทรายขาวภายในประเทศรวมทั้งโครงสร้างของตลาดภายในประเทศ

5.2 นโยบายส่งเสริมการใช้น้ำตาลทรายเป็นวัตถุดิบผลิตสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก โดยกำหนดให้ผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกสามารถซื้อน้ำตาลทรายได้ในราคาต่ำกว่าโรงงานทั่วไป นโยบายและมาตรการของรัฐบาลทั้งด้านการควบคุมการจำหน่ายน้ำตาลทรายภายในประเทศและการส่งเสริมผู้ผลิตในการส่งออกมีส่วนทำให้เกิดความมีเสถียรภาพในการจำหน่ายและการบริโภคน้ำตาลทรายของครัวเรือนและการใช้น้ำตาลของอุตสาหกรรมต่างๆ มากขึ้น และได้มีส่วนทำให้มีการใช้ประโยชน์จากน้ำตาลทรายที่ผลิตขึ้นภายในประเทศมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และข้อมูลเป็นของหน่วยงานนั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามไปเปิดเผยข้อมูล และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

การตลาด

ระบบการจำหน่ายน้ำตาลทรายภายในประเทศ

อดีตที่ผ่านมา การจำหน่ายน้ำตาลทรายภายในประเทศเป็นไปโดยเสรี รัฐบาลเป็นเพียงผู้กำหนดปริมาณน้ำตาลทรายขาวให้โรงงานผลิตเพื่อการบริโภคอย่างเพียงพอเท่านั้น ส่วนในด้านราคาจำหน่ายได้กำหนดราคาขึ้นสูงไว้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยอาศัยพระราชบัญญัติป้องกันการค้าเกินกำไรเกินควร พ.ศ. 2509 และแก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2517) ส่วนราคาที่เกิดขึ้นและปริมาณการจำหน่ายให้เป็นไปตามกลไกของตลาดแต่เมื่อนำระบบแบ่งปันผลประโยชน์มาใช้ตั้งแต่ฤดูกาลผลิต 2525/2526 เป็นต้นมา ระบบการจำหน่ายน้ำตาลภายในประเทศได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นระบบที่มีการควบคุม โดยมีการตั้งสำนักงานกลางจัดจำหน่ายน้ำตาลทรายขาวเป็นสถาบันทำหน้าที่เป็นตัวกลาง โดยโรงงานน้ำตาลทั้งหมดจะต้องขายน้ำตาลให้แก่ผู้ใช้ เช่น โรงงานน้ำตาลม โรงงานผลิตนมข้นหวาน โรงงานผลิตอาหารกระป๋อง และผู้ค้าส่ง (หรือฮือวีน้ำตาลทราย) ผ่านสำนักงานกลางซึ่งเป็นขั้นตอนการซื้อขายและการส่งมอบจะต้องเป็นไปตามระเบียบของ คณะกรรมการกลางกำหนดราคาและป้องกันการผูกขาดว่าด้วยการควบคุมการผลิต การจำหน่าย และการเก็บสำรองน้ำตาลทรายขาวและน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ ซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติการกำหนดราคาขึ้นค่าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 ต่อมาสำนักงานกลางจัดจำหน่ายน้ำตาลทรายขาวได้เปลี่ยนชื่อเป็น สำนักงานคณะกรรมการน้ำตาลทราย (2527) และได้เปลี่ยนเป็นศูนย์ควบคุมสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย (21 ตุลาคม 2528) และสุดท้ายให้อยู่ในความรับผิดชอบของกองควบคุมการจำหน่าย บริษัทอ้อยและน้ำตาลไทย จำกัด ซึ่งตามระบบนี้คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายได้เข้าควบคุมขั้นตอนการผลิตอ้อยและน้ำตาลทราย รวมถึงการตลาดด้วย เพื่อที่จะนำรายได้สุทธิจากการขายน้ำตาลทรายมาจ่ายเป็นราคาอ้อยให้แก่ชาวไร้อ้อย รัฐบาลจึงมีมาตรการในการควบคุมผลผลิตน้ำตาล (ยกเว้นผลพลอยได้จากการผลิตคือกากน้ำตาล) และการจำหน่ายน้ำตาลทรายที่ผลิตขึ้นได้ โดยแบ่งสรรโควตาปริมาณผลผลิตน้ำตาลทรายที่ผลิตได้ในแต่ละฤดูกาลผลิตออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. น้ำตาลโควตา ก. ได้แก่ น้ำตาลทรายขาวหรือน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ที่คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายกำหนดให้โรงงานน้ำตาลผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศตามปริมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายจะกำหนดในแต่ละฤดูกาลผลิต โดยการจำหน่ายน้ำตาลทราย
โควต้า ก. ให้ทางโรงงานน้ำตาลจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อโดยผ่านสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล
ทราย (ระยะแรกผ่านสำนักงานกลางจัดจำหน่ายน้ำตาลทรายแล้วผ่านสำนักงานคณะกรรมการ
น้ำตาลทรายและศูนย์ควบคุมสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายตามลำดับ แต่ในปัจจุบัน
ต้องทำจำหน่ายผ่านกองควบคุมการจำหน่ายบริษัทอ้อยและน้ำตาลไทย จำกัด ทำหน้าที่เป็นตัวแทน
ของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย ในการควบคุมการผลิตและการจำหน่ายน้ำตาล
ทรายภายในประเทศ

2. น้ำตาลทรายโควต้า ข. ได้แก่ น้ำตาลทรายดิบที่คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล
ทรายกำหนดให้โรงงานน้ำตาลผลิตแล้วส่งมอบให้บริษัทอ้อยและน้ำตาลไทย จำกัด เพื่อส่งออกไป
ต่างประเทศ

3. น้ำตาลทรายโควต้า ค. ได้แก่ น้ำตาลทรายดิบ หรือน้ำตาลทรายขาวหรือน้ำตาล
ทรายขาวบริสุทธิ์ ที่คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายกำหนดให้โรงงานผลิตเพื่อการส่งออกได้
หลังจากโรงงานผลิตน้ำตาลทรายครบตามปริมาณที่จัดสรรให้ตามโควต้า ก. และโควต้า ข. ระบบ
การจำหน่ายน้ำตาลทรายภายในประเทศ (โควต้า ก.) นั้นคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย
ได้มอบหมายให้ทางคณะกรรมการน้ำตาลทรายเป็นผู้วางแผนควบคุมและกำหนดวิธีในการจำหน่าย
ซึ่งได้มอบให้บริษัทอ้อยและน้ำตาลทรายไทยเป็นฝ่ายปฏิบัติการ ซึ่งการจำหน่ายน้ำตาลทรายภายใน
ประเทศมีลักษณะเป็นตลาดกลาง โดยโรงงานน้ำตาลดำเนินการขายอย่างเสรีเพียงแต่คณะกรรมการ
น้ำตาลทรายจะควบคุมปริมาณน้ำตาลทรายที่จะเข้าสู่ตลาดกลางและรักษาเสถียรภาพของราคา
ไว้คณะกรรมการจะกำหนดช่วงนำน้ำตาลทรายออกมาจำหน่ายตามความต้องการตลาด

โครงสร้างตลาดภายในประเทศ

โครงสร้างตลาดในประเทศของน้ำตาลทรายในปัจจุบันประกอบด้วย 4 องค์กร คือ

1. บริษัทอ้อยและน้ำตาลไทย จำกัด ฐานะเป็นตัวแทนของสำนักงานคณะกรรมการ
อ้อยและน้ำตาลทราย รับผิดชอบในการควบคุมการผลิต การจำหน่ายและการขนย้ายน้ำตาลทราย
ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2529 เป็นต้นมา ทางการตลาด บริษัทอ้อยและน้ำตาลไทย จำกัด ควบคุม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจำหน่ายน้ำตาลทรายภายในประเทศ โดยการออกใบอนุญาตการขนย้ายน้ำตาลให้แก่ผู้ซื้อเพื่อไปรับน้ำตาลจากโรงงานหลังจากที่ตกลงการซื้อขายกันแล้ว

2. โรงงานน้ำตาลทรายจำนวน 46 โรงงาน เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทราย

3. ผู้ค้าส่งน้ำตาลทรายใหญ่ ในฐานะเป็นผู้ซื้อน้ำตาลทรายจากโรงงานน้ำตาลทรายต่าง ๆ เพื่อนำไปจำหน่ายแก่ผู้ค้าส่งรายย่อย ซึ่งจะจำหน่ายต่อแก่ผู้ค้าปลีก เช่น ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีก ซึ่งจำหน่ายน้ำตาลให้แก่ผู้บริโภคในครัวเรือนโดยตรง หรือจำหน่ายให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ใช้น้ำตาลทรายเป็นวัตถุดิบในการผลิต

4. โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ใช้น้ำตาลทรายเป็นวัตถุดิบ ในฐานะผู้ซื้อน้ำตาลทรายจากโรงงานน้ำตาลทรายต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ หรือเพื่อการส่งออก -

วิธีการตลาดน้ำตาลทรายภายในประเทศ

วิธีการตลาดน้ำตาลทรายภายในประเทศ สามารถอธิบายโดยสรุปได้จากตารางที่ 2 ดังนี้

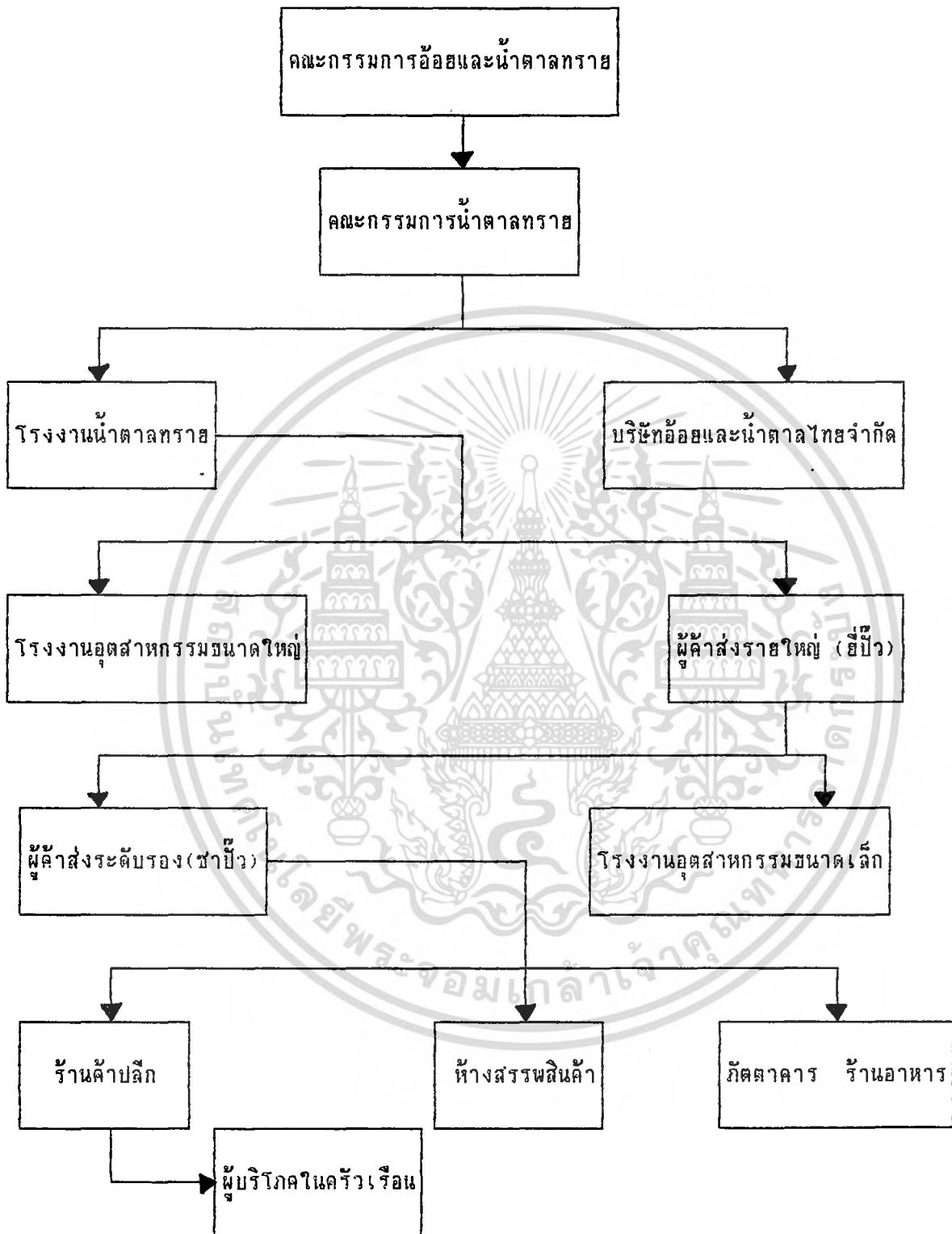
เริ่มต้นจากคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย พิจารณาจัดสรรปริมาณผลผลิตน้ำตาลทรายเพื่อจำหน่ายภายในประเทศทั้งหมด (โควต้า ก.) แต่ละปี และจัดสรรปริมาณการผลิตน้ำตาลทรายโควต้า ก. ให้แก่โรงงานน้ำตาลทรายแต่ละโรงงานที่มีอยู่ทั้งหมด 46 โรงงานให้ทำการผลิตเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อ ซึ่งประกอบด้วยโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้น้ำตาลทรายเป็นวัตถุดิบ และผู้ค้าส่งรายใหญ่ ๆ (ฮิปวี) คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายได้มอบหมายให้คณะกรรมการน้ำตาลทรายเป็นผู้ควบคุมการจำหน่าย ซึ่งได้แบ่งสรรงวดการจำหน่ายออกเป็น 52 งวด และมอบให้บริษัทอ้อยและน้ำตาลไทย จำกัด เป็นฝ่ายปฏิบัติการควบคุมการจำหน่าย จากนั้นคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายจัดสรรปริมาณการผลิตน้ำตาลทรายโควต้า ก. ทั้งหมดปริมาณ 1.21 ล้านตัน ให้แก่โรงงานน้ำตาลทรายแต่มีจำหน่ายจริงประมาณ 1.17 ล้านตัน โดยจำหน่ายให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่จำนวน 252 โรงงาน ปริมาณ 0.316 ล้านตันหรือร้อยละ 27 ของปริมาณน้ำตาลทรายที่จำหน่ายทั้งหมด เพื่อผลิตสินค้าจำหน่ายในประเทศ และเพื่อการส่งออกและจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าส่งรายใหญ่ (ฮิปวี) ปริมาณ 0.855 ล้านตันหรือประมาณร้อยละ 73 ของปริมาณน้ำตาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทรายที่จำหน่ายทั้งหมด ซึ่งจำหน่ายต่อให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และผู้ค้าส่งระดับรอง (ชาปั๋ว) เพื่อจำหน่ายน้ำตาลทรายให้แก่ ภัตตาคาร ร้านอาหารขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีก เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในครัวเรือนโดยตรง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ๑ วิธีการตลาดภายในประเทศของน้ำตาลทราย

ที่มา : (สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล , 2535)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ผลการศึกษา

จากการสำรวจและรวบรวมข้อมูล พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มจากประชากรตัวอย่างเพศหญิง 120 ราย ในเขตกรุงเทพมหานคร วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากประชากรที่อยู่ภายใน 10 เขตจาก 36 เขตคือ ดุสิต พญาไท ปทุมวัน บางรัก สानนาวา ลาดกระบัง บางกะปิ ดอนเมือง บางพลัด และพระโขนง เขตละ 10 ราย

ได้ผลการศึกษานี้โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนคือ

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคน้ำตาลทราย
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทราย
- ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย
- ตอนที่ 4 ทิศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคน้ำตาลทราย

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผู้บริโภคเกี่ยวกับ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้ของครอบครัวต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว สรุปได้ดังนี้

อายุ

ผู้บริโภคน้ำตาลทรายที่บริโภคน้ำตาล 120 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุช่วง 20 - 30 ปี มากที่สุด มีจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 พบน้อยที่สุดคือ ผู้บริโภคอายุมากกว่า 50 ปีมีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5 (ตารางที่ 4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 อายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	30	25.00
20 - 30 ปี	50	41.67
31 - 40 ปี	16	13.33
41 - 50 ปี	15	12.50
มากกว่า 50 ปี	9	7.50
รวม	120	100.00

สถานภาพ

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ สถานภาพโสด 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 (ตารางที่ 5)

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ผู้บริโภคร้อยละใหญ่อยู่ในครอบครัวที่มีสมาชิกจำนวน 5 - 6 คน มีจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือมีสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน มีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 35 (ตารางที่ 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 สถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	75	62.50
โสด	40	33.33
หย่าร้าง	5	4.17
รวม	120	100.00

ตารางที่ 6 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 คน	15	12.50
3 - 4 คน	42	35.00
5 - 6 คน	50	41.67
ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป	13	10.83
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการศึกษา

ผู้บริโภคน้ำตาลทรายส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมา คือการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.67 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เข้าเรียนในสถานศึกษา	3	2.50
ประถมศึกษา/ต่ำกว่าประถมศึกษา	4	3.33
มัธยมศึกษา	26	21.67
อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า	21	17.50
ปริญญาตรี	52	43.33
สูงกว่าปริญญาตรี	14	11.67
รวม	120	100.00

อาชีพ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.67 รองลงมา คือ ผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.17 (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
แม่บ้าน	40	33.33
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	35	29.17
รัฐวิสาหกิจ	17	14.17
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	11	9.17
รับราชการ	9	7.50
นักเรียน/นักศึกษา	6	5.00
รับจ้าง	6	5.00
รวม	120	100.00

รายได้ต่อเดือน

ผู้บริโภคน้ำตาลทรายส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ที่ระดับน้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 36 ผู้บริโภคมีรายได้ 5,000 - 10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.17 ผู้บริโภคมีรายได้ 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.17 ผู้บริโภคมีรายได้ 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.67 น้อยสุดคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.83 (ตารางที่ 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	36	30.00
5,000-10,000 บาท	28	23.33
10,001-15,000 บาท	29	24.17
15,001-20,000 บาท	20	16.67
ตั้งแต่ 20,000- บาทขึ้นไป	7	5.83
รวม	120	100.00

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทราย

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในด้าน ประเภทน้ำตาลทรายที่บริโภค ลักษณะการบริโภคน้ำตาล ความถี่ในการซื้อ ผู้ตัดสินใจเลือกซื้อ ขนาดบรรจุ สถานที่ สาเหตุที่ซื้อ ทำการสรุปได้ดังนี้

ประเภทน้ำตาลทรายที่บริโภคเป็นประจำ

ผู้บริโภคน้ำตาลทรายส่วนใหญ่เลือกบริโภคน้ำตาลทรายขาว จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.67 รองลงมาคือ น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.83 และที่นิยมน้อยที่สุดคือ น้ำตาลทรายสีน้ำตาล จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.67 (ตารางที่ 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 ประเภทน้ำตาลทรายที่บริโภคเป็นประจำ

ประเภทน้ำตาลทราย	จำนวน	ร้อยละ
น้ำตาลทรายขาว	62	51.67
น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์	49	40.83
น้ำตาลทรายแดง	7	5.83
น้ำตาลทรายสีร่ำ	2	1.67
รวม	120	100.00

ลักษณะการใช้ น้ำตาลทราย

ผู้บริโภค น้ำตาลทรายส่วนใหญ่ใช้น้ำตาลเพื่อประกอบอาหาร มีจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมาใช้ทำขนมหวานจำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.17 ใช้ใส่ในเครื่องดื่มจำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.50 และใช้ถนอมอาหารจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.83 (ตารางที่ 11)

ความถี่ในการซื้อ น้ำตาลทราย

ผู้บริโภค น้ำตาลทรายส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อคือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.17 รองลงมาคือ ซื้อน้ำตาลทราย 3 - 4 ครั้งต่อเดือน ซึ่งมีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 น้อยที่สุดความถี่ในการซื้อคือ นาน ๆ ครั้งจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตารางที่ 12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 ลักษณะการใช้น้ำตามตราฯ 1/

ลักษณะการใช้	จำนวน	ร้อยละ
ประกอบอาหาร	93	77.55
ล้างรถจักรยาน	83	69.17
ใส่ในเครื่องดื่ม	57	47.50
ถนอมอาหาร	13	10.83
อื่นๆ	1	0.83

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 12 ความถี่ในการซื้อน้ำตามตราฯ

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง/เดือน	71	59.17
3 - 4 ครั้ง/เดือน	30	25.00
นาน ๆ ครั้ง	11	9.17
มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	8	6.67
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำตาลทราย

ผู้ที่ตัดสินใจเลือกซื้อน้ำตาลทรายส่วนใหญ่คือ ตัวผู้บริโภครอง มีจำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.17 รองมาคือ บุคคลอื่นเป็นผู้เลือกซื้อเช่น บุคคลในครอบครัว มีจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.83 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำตาลทราย

ผู้ตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	95	79.17
บุคคลอื่น	25	20.83
รวม	120	100.00

ลักษณะบรรจุภัณฑ์น้ำตาลทรายที่ผู้บริโภคน้ำตาลทรายเลือกซื้อ

จากการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคน้ำตาลทรายส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำตาลทรายที่ได้บรรจุถุงสำเร็จมีตราสินค้า มีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ แบบตักแบ่งถุงชายจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 (ตารางที่ 14)

ขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำตาลทราย

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภครองส่วนใหญ่นิยมซื้อขนาด 1 กิโลกรัมมีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.32 รองมาคือ ขนาดมากกว่า 1 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 24.21 (ตารางที่ 15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ลักษณะบรรจุน้ำตาลทราย

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
บรรจุสำเร็จใส่ถุงมัตราสินค้า	45	46.37
แบบตักแบ่งถุงขาย	38	40.00
แบบก้อน	9	9.47
แบบซอง	3	3.16
รวม	95	100.00

ตารางที่ 15 ขนาดบรรจุ

ขนาด	จำนวน	ร้อยละ
1 กิโลกรัม	55	57.89
มากกว่า 1 กิโลกรัม	23	24.21
ครึ่งกิโลกรัม	15	15.79
ต่ำกว่าครึ่งกิโลกรัม	2	2.11
รวม	95	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานที่ซื้อน้ำตาลทราย

จากการศึกษาผู้บริโภคที่ซื้อน้ำตาลทรายด้วยตนเองจำนวน 95 ราย พบว่าสถานที่ที่นิยมซื้อน้ำตาลทรายมากที่สุดคือ ซุปเปอร์มาเก็ต มีจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.11 ซื้อตามร้านค้าทั่วไป มีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.90 พบน้อยที่สุดคือ ที่ร้านขายของชำ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.26 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 สถานที่ซื้อน้ำตาลทราย

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ซุปเปอร์มาเก็ต	59	62.10
ร้านค้าปลีกทั่วไป	17	17.90
มินิมาร์ท, เซเว่นอเลฟเว่น ฯลฯ	14	14.74
ร้านขายของชำ	5	5.26
รวม	95	100.00

สาเหตุที่เลือกซื้อน้ำตาลทรายจากสถานที่ดังกล่าว

จากการศึกษาผู้บริโภคที่เลือกซื้อน้ำตาลทรายด้วยตนเอง 95 รายพบว่า เหตุผลที่เลือกซื้อจากสถานที่ดังกล่าวเนื่องจากความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด มีจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมาคือ ราคาถูกกว่าที่อื่น จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.40 มีหย่อนและขนาดให้เลือก มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.20 มีการบริการที่ดี มีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.20 (ตารางที่ 17)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 สาเหตุที่ซื้อจากสถานีดังกล่าว 1/

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกต่อการเดินทาง	71	58.99
ราคาถูกกว่าที่อื่น	23	18.40
มีข้อดีและขนาดให้เลือก	19	15.20
มีบริการดี	9	7.20

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย

ผลของการโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทราย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่า การโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทรายได้เพียงเล็กน้อย มีจำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.95 รองมาคือ เห็นว่าการโฆษณามีส่วนช่วยมากต่อการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทราย จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.68 ผู้บริโภคจำนวน 4 ราย ที่เห็นว่า การโฆษณาไม่ส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 4.21 และมีผู้บริโภค 3 ราย ที่ไม่แน่ใจว่า การโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 3.16 (ตารางที่ 18)

สื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับน้ำตาลทราย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เคยเห็นสื่อโฆษณาเกี่ยวกับน้ำตาลทรายจำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.26 และผู้บริโภคจำนวน 14 ราย ไม่เคยเห็นสื่อโฆษณาเกี่ยวกับน้ำตาลทราย คิดเป็นร้อยละ 14.74 (ตารางที่ 19)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 ผลของการโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทราย

ผลของการโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
มีส่วนช่วยเล็กน้อย	56	58.95
มีส่วนช่วยมาก	32	33.68
ไม่มีผล	4	4.21
ไม่แน่ใจ	3	3.16
รวม	95	100.00

ตารางที่ 19 สื่อโฆษณาที่เคยพบ

สื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
เคย	81	85.26
ไม่เคย	14	14.74
รวม	95	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทรายมาก

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้พิจารณาจาก ความสะดวกในการหาซื้อและคุณค่าทางอาหารของ น้ำตาลทราย ก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ คือผู้บริโภคจำนวน 48 รายที่เห็นว่า ความสะดวกในการหาซื้อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.53 และมีผู้บริโภคจำนวน 34 ราย ที่คำนึงถึง คุณค่าทางอาหารของน้ำตาลทรายมากก่อนตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 35.79 (ตารางที่ 20)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทรายระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำตาลทรายระดับปานกลางได้แก่ ราคา สถานที่จำหน่าย สีห่อและชื่อเสียง หีบห่อและขนาดบรรจุ กล่าวคือ มีผู้บริโภคจำนวน 60 ราย ที่เห็นว่า ราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 63.16 ผู้บริโภคที่เห็นว่า สีห่อและชื่อเสียงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลระดับปานกลาง มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.05 ผู้บริโภคจำนวน 45 ราย เห็นว่า สถานที่จำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.37 และผู้บริโภคจำนวน 36 ราย ที่เห็นว่า หีบห่อและขนาดบรรจุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.89 (ตารางที่ 20)

สิ่งที่พบโฆษณาเกี่ยวกับน้ำตาลทรายบ่อยที่สุด

ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบเห็นโฆษณาเกี่ยวกับน้ำตาลทรายทางโทรทัศน์ มีจำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.79 รองลงมาคือ ทางวารสารหรือนิตยสาร มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.05 พบน้อยที่สุดคือ ทางวิทยุ มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.16 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 20 ปีวิจัยที่มีลักษณะการเลือกซื้อน้ำตาลทราย

ปัจจัยที่มีผล	ค่าเชิงบวก	ค่าเชิงปานกลาง	ค่าเชิงน้อย	ไม่คำนึง	รวม
ราคา	29 (21.05)	60 (44.16)	12 (8.68)	9 (6.16)	95 (100.00)
คุณภาพทางอาหาร	34 (25.79)	28 (21.37)	23 (17.47)	7 (5.37)	95 (100.00)
สถานที่จำหน่าย	10 (7.53)	45 (33.87)	26 (19.67)	14 (10.74)	95 (100.00)
หีบห่อและขนาด	29 (21.89)	36 (27.29)	27 (20.42)	3 (2.18)	95 (100.00)
ความสะอาด	32 (24.15)	33 (24.74)	28 (21.47)	2 (1.51)	95 (100.00)
ยี่ห้อและชื่อเสียง	7 (5.26)	58 (43.95)	25 (18.92)	5 (3.79)	95 (100.00)
ความสะดวกใน ในการหาซื้อ	48 (36.15)	37 (27.95)	5 (3.79)	5 (3.79)	95 (100.00)

หมายเหตุ 1/ ตอบเฉพาะผู้ที่เลือกซื้อเองและในวงเล็บหมายถึง ร้อยละ

รายชื่อหรือน้ำตาลทรายที่ผู้บริโภคเห็นทางโฆษณาบ่อยที่สุด

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยพบเห็นน้ำตาลทรายยี่ห้อ นิตรพล ทางโฆษณามากที่สุด มีจำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.53 รองลงมาคือ น้ำตาลทรายยี่ห้อ วังนาค มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.26 (ตารางที่ 22)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 สื่อกึ่งพิมพ์โฆษณาเกี่ยวกับน้ำตาลทรายบ่อสกัด ^{1/}

สื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	72	75.79
วารสารหรือนิตยสาร	20	21.05
วิทยุ	3	3.16
รวม	95	100.00

หมายเหตุ ^{1/} ตอบเฉพาะผู้ที่เลือกข้อเอง

ตารางที่ 22 ทรายหือน้ำตาลทรายที่ผู้บริโภคนิยมทางโฆษณาบ่อสกัด ^{1/}

ทรายหือ	จำนวน	ร้อยละ
มิตรผล	67	70.53
วังขนาย	24	25.26
มิตรเกษตร	4	4.21
รวม	95	100.00

หมายเหตุ ^{1/} ตอบเฉพาะผู้ที่เลือกข้อเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 ทิศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย

เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทรายด้านต่าง ๆ ได้แก่ ราคา ขนาด รูปแบบบรรจุภัณฑ์ สถานที่จำหน่าย สื่อโฆษณา ความแตกต่างระหว่างการตีแบง่ของชายกับการบรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้า สารทดแทนความหวาน ผลกระทบจากการบริโภคน้ำตาลทรายเกินความต้องการ ปัญหาในการบริโภคน้ำตาลทราย ตลอดจนข้อเสนอแนะที่มีต่อน้ำตาลทราย

ทัศนคติระดับที่ต่อน้ำตาลทรายของผู้บริโภค

จากการศึกษา ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่า ขนาดบรรจุและสถานที่จำหน่ายน้ำตาลทราย มีความเหมาะสมดี กล่าวคือ มีผู้บริโภคจำนวน 53 ราย ที่เห็นว่า ขนาดบรรจุ มีความเหมาะสมดี คิดเป็นร้อยละ 44.17 และมีผู้บริโภคจำนวน 40 รายเห็นว่า สถานที่จำหน่าย มีความเหมาะสมดี คิดเป็นร้อยละ 33.33 (ตารางที่ 23)

ทัศนคติระดับพอใจต่อน้ำตาลทรายของผู้บริโภค

จากการศึกษา ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ สื่อโฆษณา และราคาอยู่ในระดับพอใจดี กล่าวคือ มีผู้บริโภคจำนวน 59 ราย ที่เห็นว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมพอใจดี คิดเป็นร้อยละ 49.17 มีผู้บริโภคจำนวน 47 ราย ที่เห็นว่า สื่อโฆษณามีความเหมาะสมพอใจดี คิดเป็นร้อยละ 39.17 และมีผู้บริโภคจำนวน 46 ราย ที่เห็นว่า ราคา มีความเหมาะสมพอใจดี คิดเป็นร้อยละ 38.33 (ตารางที่ 23)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 กัสนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย

ทัศนคติ	ระดับความคิดเห็น				
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง	รวม
ราคา	21 (17.50) ^{1/}	38 (21.67)	46 (28.33)	15 (12.50)	120 (100.00)
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	5 (4.17)	20 (19.17)	59 (40.17)	36 (27.50)	120 (100.00)
สถานที่จำหน่าย	32 (26.67)	40 (33.33)	27 (22.50)	21 (17.50)	120 (100.00)
ขนาดบรรจุ	16 (13.33)	53 (44.17)	41 (34.17)	10 (8.33)	120 (100.00)
สื่อโฆษณา	12 (10.00)	20 (16.67)	47 (39.17)	41 (25.83)	120 (100.00)

หมายเหตุ 1/ ในวงเล็บหมายถึงค่าร้อยละ

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความแตกต่างระหว่างน้ำตาลทรายแบ่งขายและบรรจุถุงแบบมีตรา

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่า น้ำตาลทรายแบบแบ่งขาย แตกต่างจากน้ำตาลทรายบรรจุถุงมีตราในด้านความสะดวก ปราศจากสิ่งเจือปน มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ ความแตกต่างด้านมาตรฐานของน้ำหนัก มีจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.17 ความแตกต่างด้านราคา มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.33 ผู้บริโภคจำนวน 3 ราย เห็นว่าไม่แตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 24)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 ความแตกต่างระหว่างน้ำตาลทรายแบ่งขายกับน้ำตาลทรายบรรจุแบบมีตราสินค้า

ความแตกต่าง	จำนวน	ร้อยละ
ความสะอาด	58	48.33
มาตรฐานของน้ำหนัก	47	39.17
ราคา	10	8.33
ไม่แตกต่าง	3	2.50
อื่น ๆ	2	1.67
รวม	120	100.00

ทัศนคติต่อการบริโภคสารทดแทนความหวานแทนน้ำตาลทราย

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยบริโภคสารทดแทนความหวาน มีจำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.67 และมีผู้บริโภคที่ไม่เคยบริโภคสารทดแทนความหวาน มีจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.33 (ตารางที่ 25)

ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับจุดเด่นของสารทดแทนความหวาน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่า สารทดแทนความหวานมีปริมาณแคลอรีต่ำกว่าน้ำตาลทราย มีจำนวน 48 รายคิดเป็นร้อยละ 30.38 รองลงมาคือ รับประทานแล้วไม่เสี่ยงต่อโรค เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน มีจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.48 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.99 พบน้อยที่สุดคือ การส่งเสริมการจำหน่ายที่ดี มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.33 (ตารางที่ 26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 ตารางวิเคราะห์การทดแทนความหวาน

การบริโภคสารทดแทนความหวาน	จำนวน	ร้อยละ
เลข	88	68.97
ไข่เลข	32	47.33
รวม	120	100.00

ตารางที่ 26 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับจุดเด่นของสารทดแทนความหวาน

จุดเด่น	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณแคลอรีที่ต่ำกว่า	18	30.33
รับประทานแล้วไม่เสี่ยงต่อโรค	45	28.48
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย	30	18.99
สีโคมะมาที่เห็นบ่อย	25	15.82
การส่งเสริมการจำหน่ายที่ดี	10	6.33

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับสารทดแทนความหวานในการทดแทนน้ำตาลทราย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่า สามารถทดแทนความหวานได้ มีจำนวน 53 ราย คิดเป็น ร้อยละ 77.94 อาจเนื่องจาก ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับสารทดแทนความหวาน และมีผู้บริโภค 13 ราย เห็นว่าไม่สามารถทดแทนได้ คิดเป็นร้อยละ 22.06 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับสารทดแทนความหวานในการทดแทนน้ำตาลทราย ✓

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ได้	53	77.94
ไม่ได้	13	22.06

หมายเลข ✓ คอลัมน์เฉพาะผู้ที่เคยซื้อ

ทัศนคติเกี่ยวกับผลกระทบในการบริโภคน้ำตาลทรายมากเกินความต้องการ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การบริโภคน้ำตาลทรายมากเกินความต้องการจะส่ง ผลให้เกิดโรคอ้วน มีจำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองมาคือ โรคเบาหวาน มีจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.40 เป็นโรคความดัน จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.20 และ เห็นว่า อาจเกิดโรคฟันผุน้อยที่สุด มีจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.2 (ตารางที่ 28)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 กัสนคติเกี่ยวกับผลกระทบในการบริโภคน้ำตาลทรายมากเกินความต้องการ ✓

ผลกระทบ	จำนวน	ร้อยละ
โรคอ้วน	36	34.40
โรคเบาหวาน	71	28.40
โรคความดัน	53	21.20
โรคฟันผุ	38	15.20
อื่น ๆ	2	0.30

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

กัสนคติเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการบริโภคน้ำตาลทราย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาจากการบริโภคน้ำตาลทราย มีจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ พบปัญหาด้านความสะอาดของน้ำตาลทรายเปลี่ยนแปลงไป มีจำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.83 (ตารางที่ 29)

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย

ผู้บริโภคน้ำตาลทรายส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะว่า ควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายมากขึ้น มีจำนวน 62 รายคิดเป็นร้อยละ 26.61 รองลงมาคือ ราคาน้ำตาลทรายควรถูกกว่าเดิม ควรกระจายสินค้าให้มากขึ้น มีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.03 ควรมีสินค้าให้เลือกมาก จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.74 น้อยสุดคือให้ปรับปรุงการจัดวางสินค้า จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.30 (ตารางที่ 30)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 29 กัสนคติเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการบริโภคน้ำตาลทราย

ปัญหาที่พบ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พบปัญหา	36	30.00
ความสะอาดเปลี่ยนแปลงไป	31	25.83
ปริมาณแคลลอรี่สูง	28	23.33
บริโภคจนเป็นความเคยชิน	23	19.17
อื่น ๆ	2	1.67
รวม	120	100.00

ตารางที่ 30 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
มีการส่งเสริมการขายมากขึ้น	62	26.61
ราคาควรถูกลงกว่าเดิม	57	24.46
ควรกระจายสินค้าให้มากขึ้น	42	18.03
ควรมีสินค้าให้เลือกมากขึ้น	39	16.74
ปรับปรุงการจัดวางสินค้า	33	14.16
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาผู้บริโภคน้ำตาลทรายเฉพาะเพศหญิงจำนวน 120 รายเกี่ยวกับสภาพทั่วไป ผู้บริโภคน้ำตาลทราย พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทราย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย และความคิดเห็นที่มีต่อน้ำตาลทราย ซึ่งผลการศึกษารูปผลได้ดังนี้

สภาพทั่วไปของผู้บริโภคน้ำตาลทราย

จากการสำรวจโดยได้ออกแบบสอบถามผู้บริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคเป็นเพศหญิงทั้งหมด 120 รายส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส การประกอบอาชีพแม่บ้านและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 - 6 คน มีรายได้ เป็นของตนเองต่ำกว่า 5,000 บาท

พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทราย

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมบริโภคน้ำตาลทรายขาวมากที่สุด โดยนำ น้ำตาลทรายไปประกอบอาหาร ความถี่ในการซื้อ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน โดยผู้ที่ทำการเลือกซื้อ น้ำตาลทรายคือตัวผู้บริโภคเอง ขนาดบรรจุที่ผู้บริโภคเลือกซื้อคือ 1 กิโลกรัม โดยทำการเลือกซื้อ จากซูเปอร์มาร์เก็ต เหตุผลเนื่องจาก สะดวกต่อการเดินทางและมีราคาถูกกว่าที่อื่น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความ เห็นว่า ความสะดวกในการหาซื้อและคุณค่าทางอาหารของน้ำตาลทรายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลางได้แก่ ยี่ห้อและชื่อเสียง ทับห้อง และขนาดบรรจุ ส่วนในด้านความสะดวก เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทรายในระดับน้อย สำหรับปัจจัยการโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อน้ำตาลได้เพียงเล็กน้อย สื่อที่ผู้บริโภคพบเห็นเกี่ยวกับน้ำตาลทรายบ่อยที่สุดคือ สื่อทางโทรทัศน์ และตราสัญลักษณ์ที่พบการโฆษณามากที่สุดคือ มิตรผล

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำตาลทราย

จากการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ขนาดบรรจุ และสถานที่จำหน่ายน้ำตาลทราย มีความเหมาะสมดี ส่วนในด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ สื่อโฆษณาและราคาอยู่ในระดับพอใช้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยบริโภคสารทดแทนความหวานแทนน้ำตาลทรายเหตุผลเนื่องจากสารทดแทนความหวานมีจุดเด่นด้านปริมาณแคลลอรี่ต่ำกว่าน้ำตาลทราย ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ถ้าบริโภคน้ำตาลทรายเกินความต้องการของร่างกายจะส่งผลทำให้เกิดโรคอ้วน ส่วนปัญหาที่พบในการบริโภคน้ำตาลทรายส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาจากการบริโภค

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการสำรวจผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการบริโภคน้ำตาลทรายเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้สังเกตด้วยสายตาเท่านั้น ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ละเอียด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตว่า ควรมีความรับผิดชอบในการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ เนื่องจากคุณภาพน้ำตาลทรายที่ผลิตจำหน่ายเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้บริโภค จึงควรให้ความสำคัญในการตรวจสอบสิ่งเจือปนที่เป็นพิษในน้ำตาลทราย เช่น สารตะกั่ว แคดเมียม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่แสดงโทษในทันทีทันใดแต่จะสะสมในร่างกายเป็นเวลาหลายปีเมื่อมีปริมาณสูงพอร่างกายจะแสดงอาการผิดปกติออกมาซึ่งมีอาการทั่ว ๆ ไปได้แก่ กระจายน้ำ อ่อนเพลีย หงุดหงิด สมองถูกทำลาย หมอศติ และเสียชีวิต ภายใน 2 - 3 วัน ในภาวะปัจจุบันจากการใช้วิธีการผลิตที่ไม่ถูกต้องหรือขาดการระมัดระวังจึงมักมีสิ่งปนเปื้อนในน้ำตาลเสมอจึงควรเข้มงวดในเรื่องเป็นพิเศษ นอกจากนี้ควรปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันในด้านนี้สูงและช่วงภาวะเร่งรีบต้องแข่งขันกับเวลา รูปแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการวิจัยและพัฒนาให้ทันสมัย รูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบพกพาได้สะดวก ขนาดพอเหมาะรวมทั้งอาจจะบรรจุในขวดที่สามารถนำขวดไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ หรือถุงพลาสติกที่ย่อยสลายได้ เพื่อทำลายสิ่งแวดล้อมและเป็นการแสดงความรักรับผิดชอบต่อสังคมทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนต่อผู้ผลิตด้วย รวมทั้งระบุวัน เดือน ปีที่ผลิตตลอดจนน้ำหนักและบริษัทผู้ผลิต นอกจากนี้ยังมีสารทดแทนความหวานมีเริ่มบทบาทมากขึ้นในปัจจุบันซึ่งมีรูปแบบบรรจุแบบซองและแบบเม็ด ดังนั้นผลิตภัณฑ์น้ำตาลทรายควรทำการปรับปรุงรูปแบบบรรจุเพื่อสามารถแข่งขันกับสารทดแทนความหวานอื่น ๆ ที่จะมามีส่วนแบ่งทางการตลาด

2. ด้านราคา (Price) จากการวิจัยพบว่า ราคาน้ำตาลอยู่ในช่วงเหมาะสมดีแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลได้ควบคุมราคาขึ้นต่ำเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคคือ ประมาณ 12 - 13 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากน้ำตาลทรายเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ในชีวิตประจำวันดังนั้นผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่า ถ้าหากผู้ผลิตทำการปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งต้นทุนที่เพิ่มขึ้นนั้นกับคุณภาพแล้วการขึ้นราคาของน้ำตาลทรายผู้บริโภคก็สามารถยอมรับได้ แต่หากผู้ผลิตไม่สามารถทำการปรับปรุงก็ไม่ควรทำการขึ้นราคา

3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีนิยมน้ำตาลทรายจากซูเปอร์มาเก็ต เพราะมีความสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนร้านสะดวกซื้อเช่นมินิมาร์ท และเซเว่นอีเลฟเว่น ยังมีการวางจำหน่ายน้ำตาลทรายไม่ดีเนื่องจากไม่ค่อยมีสินค้าวางจำหน่าย มีสีห่อและขนาดให้เลือกน้อยทั้งที่มีการจัดตั้งอยู่ในแหล่งต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ผลิตน้ำตาลทรายสำเร็จรูปควรขยายตลาดออกไปอีกโดยทำการกระจายไปที่ทั่วทุกภูมิภาคมากที่สุด เปิดโอกาสให้พ่อค้ารายใหม่เข้าสู่ตลาด

4. ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) จากการวิจัยพบว่า สื่อโฆษณาทางด้านต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยมากเนื่องจากความถี่ในการโฆษณาน้อยเห็นไม่บ่อยครั้งแต่หากทำการโฆษณาโดยใช้สื่อทางโฆษณาทางโทรทัศน์ และวิทยุ ทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นว่าควรทำการส่งเสริมการขาย ณ จุดขายตรงนี้ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อทันทีโดยไม่ลังเลใจ ทำโดยการลดราคาลงเพียงเล็กน้อยให้ต่ำกว่าท้องตลาดโดยทั่วไปซึ่งเป็นวิธีส่งเสริมการขายที่ดี หรือส่งเสริมการขายโดยการให้การแถม เช่น ซื้อครบ 5 กิโลกรัมแถมฟรี 1 กิโลกรัม การให้ส่วนลดแก่ผู้แทนจำหน่ายเมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนดและถ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขายได้ปริมาณกำหนดไว้ควรมีของสมควรเป็นพิเศษแก่ผู้แทนจำหน่าย การเลือกซื้อโฆษณาอาจใช้ลักษณะแผ่นพับ โดยสารหรือวารสารแม่บ้าน จะตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด นอกจากนี้ควรทำการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ จัดให้มีตลาดที่ขายสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาถูก เช่น ตลาดรวมใจที่เมืองทองธานี ซึ่งเป็นการรวมกันของภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยการจัดให้มีการลดราคาน้ำตาลทรายเหลือเพียงกิโลกรัมละ 9 บาทซึ่งเป็นผลดีต่อผู้บริโภค ควรมีการจัดวางสินค้าที่ดีโดยเฉพาะร้านขายปลีกทั่วไปที่คำนึงถึงเรื่องนี้น้อย การจัดวางน้ำตาลทรายนั้นบริเวณที่วางจำหน่ายต้องมีแสงแดดส่องไม่มากนักมิฉะนั้นน้ำตาลทรายอาจจะละลายทำให้คุณภาพไม่ดีเท่าที่ควรแต่ก็ไม่ควรวางในที่อับชื้นจนเกินไป และวางสินค้าให้พ้นจากสัตว์และแมลงที่มารบกวนเช่น มด ปลวก เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพผู้บริโภคได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

นิรนาม . 2529 . สถิติปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลทรายภายในประเทศ (ไตรมาส ก) .

กรุงเทพมหานคร : อีดีเอ็มเอ .

_____ . 2535 . อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย กรุงเทพมหานคร :

อีดีเอ็มเอ .

_____ . 2536 . "อ้อยและน้ำตาล ผลกระทบจากปัญหาภัยแล้ง" . สรุปข่าวธุรกิจ .

24 (16-31 กรกฎาคม 2536) : น. 12-13 .

บึงอร นวลจันทร์ . 2529 . การวิเคราะห์โลหะหนักในน้ำตาลทราย . กรุงเทพมหานคร :

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

ศิวานร สีวเวฬ . 2527 . "การวิเคราะห์ปริมาณตะกั่วในน้ำตาลทราย" .

วิทยาศาสตร์การอาหาร . 17 (13) : น. 16-18 .

สุคนธ์ เนคมานุรักษ์ . 2536 . "เกิดความรู้เรื่องน้ำตาล" . ฉลาดบริโภค .

16 (มกราคม-เมษายน 2536) : น. 51-54 .

สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล . 2535 อ้อยและน้ำตาลทราย . กรุงเทพมหานคร :

(ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

สำรวจ หลาวงศ์ . 2518 . การพยากรณ์ปริมาณการบริโภคและการผลิตน้ำตาลทรายภายใน

ประเทศไทยระหว่างปี 2518-2531 . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ,

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อมเรศ ศีลาอ่อน - 2535 - "เขตการค้าเสรีอาเซียน : ปัญหาและโอกาสของอุตสาหกรรมไทย"
วารสารเศรษฐกิจการพาณิชย์ 23 (234) : น. 1-7 .



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

ชุดที่ _____

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทรายในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง : หน้าคำตอบก็กำหนดคำถามและเติม
ข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

1. อายุ.....ปี
2. สถานภาพ

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> หย่าร้าง	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....
3. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (รวมผู้ให้สัมภาษณ์)

<input type="checkbox"/> 1-2 คน	<input type="checkbox"/> 3-4 คน
<input type="checkbox"/> 5-6 คน	<input type="checkbox"/> ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป
4. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ไม่ได้เข้าเรียนในสถานศึกษา	<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา/ต่ำกว่าประถมศึกษา
<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. อาชีพ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> () นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> () รับราชการ |
| <input type="checkbox"/> () รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> () พนักงานบริษัท/ห้างร้าน |
| <input type="checkbox"/> () ประกอบธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> () รับจ้าง ระบุ..... |
| <input type="checkbox"/> () แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> () อื่น ๆ ระบุ..... |

6. มีเงินต้นตัวก่านี่รายได้ต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> () ไม่เกิน 5,000 | <input type="checkbox"/> () 5,000-10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> () 10,001-15,000 บาท | <input type="checkbox"/> () 15,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> () สูงกว่า 20,000 บาท | |

ส่วนที่2 พฤติกรรมการบริโภคน้ำตาลทราย

1. พฤติกรัซื้อน้ำตาลทรายประเภทไหนมาจับประทาน ตอบเพียง 1 ข้อ

- () น้ำตาลทรายแดง
- () น้ำตาลทรายสีรำ
- () น้ำตาลทรายขาว
- () น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์

2. กำนใช้้ำน้ำตาลทรายในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> () ใช้ประกอบอาหาร | <input type="checkbox"/> () ใช้ทำขนมหวาน |
| <input type="checkbox"/> () ใช้ใส่ในเครื่องดื่ม | <input type="checkbox"/> () ใช้ถนอมอาหาร |
| <input type="checkbox"/> () อื่น ๆ ระบุ..... | |

3. ความถี่ในการซื้อน้ำตาลทราย

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> () นาน ๆ ครั้ง | <input type="checkbox"/> () 1-2 ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> () 3-4 ครั้ง/เดือน | <input type="checkbox"/> () มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน |

4. โดยปกติผู้ที่ตัดสินใจเลือกซื้อน้ำตาลทรายคือ

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> () ตนเอง | <input type="checkbox"/> () อื่น ๆ ระบุ..... |
|------------------------------------|---|

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ท่านซื้อน้ำตาลทรายบรรจุลักษณะแบบใด

- () ตักแบ่งลงชาม () บรรจุสำเร็จใส่ถุงมิดตราสินค้า
() แบบก้อน () แบบซอง

6. ท่านซื้อน้ำตาลทรายที่มีขนาดบรรจุเท่าไรบ่อยที่สุด

- () ต่ำกว่าครึ่งกิโลกรัม () ครึ่งกิโลกรัม
() 1 กิโลกรัม () มากกว่า 1 กิโลกรัม

7. สถานที่ท่านซื้อน้ำตาลทรายบ่อยที่สุด

- () ซูเปอร์มาร์เก็ต () นิคมการค้า, เซ็นทรัลเฟสติวัล, ฯลฯ
() ร้านค้าปลีกทั่วไป () ร้านขายของชำ
() อื่น ๆ ระบุ.....

8. เหตุผลที่ท่านซื้อน้ำตาลทรายจากสถานที่ดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สะดวกต่อการเดินทาง () ราคาถูกกว่าที่อื่น
() มีสีหรือแฉะขนาดที่เลือก () บริการดี
() อื่น ๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบท่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย

1. ท่านคิดว่า การโฆษณามีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทรายหรือไม่

- () ไม่มีเลย
() มีส่วนช่วยเล็กน้อย
() มีส่วนช่วยมาก
() ไม่แน่ใจ

2. ท่านเคยเห็นสื่อโฆษณาเกี่ยวกับน้ำตาลทรายหรือไม่

- () เคย (ตอบข้อ 4)
() ไม่เคย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำตาลทราย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่คำนึง
1. ราคา	_____	_____	_____	_____
2. คุณค่าทางอาหาร	_____	_____	_____	_____
3. สถานที่จำหน่าย	_____	_____	_____	_____
4. หีบห่อและขนาดบรรจุ	_____	_____	_____	_____
5. ความสะอาด	_____	_____	_____	_____
6. ชื่อและชื่อเสียง	_____	_____	_____	_____
7. ความสะอาดในการทำซื้อ	_____	_____	_____	_____
4. สื่อโฆษณาที่ท่านพบเห็นเกี่ยวกับน้ำตาลทรายบ่อขกส์ด				
() วารสารหรือนิตยสาร				
() โทรทัศน์				
() วิทยุ				
() อื่น ๆ ระบุ.....				
5. น้ำตาลยี่ห้อใดที่ท่านพบเห็นในโฆษณาบ่อขกส์ด				
() มีตราผล				
() มิตราเพชร				
() วิงชนาย				
() อื่น ๆ ระบุ.....				

ส่วนที่ 4ทัศนคติที่มีต่อน้ำตาลทราย

1. ท่านมีความคิดเห็นต่อน้ำตาลทรายในด้านต่าง ๆ อย่างไรบ้าง

ดีมาก ดี พอใช้ ควรปรับปรุง

1. ราคา	_____	_____	_____	_____
2. รูปแบบบรรจุภัณฑ์	_____	_____	_____	_____
3. สถานที่จำหน่าย	_____	_____	_____	_____
4. ขนาดบรรจุ	_____	_____	_____	_____
5. สื่อโฆษณา	_____	_____	_____	_____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ท่านคิดว่าน้ำตาลทรายแบบตักแบ่งถุงขายแตกต่างจากน้ำตาลทรายบรรจุถุงมีตราสินค้าอย่างไร

- () ความสะอาดปราศจากสิ่งเจือปน
- () มาตรฐานของน้ำหนัก
- () ราคา
- () ไม่แตกต่าง
- () อื่น ๆ ระบุ.....

3. ท่านเคยบริโภคสารทดแทนความหวานแทนน้ำตาลทรายหรือไม่

- () เคย
- () ไม่เคย

4. ท่านคิดว่าสารทดแทนความหวานมีจุดเด่นกว่าน้ำตาลทรายอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ปริมาณแคลอรีต่ำกว่า
- () รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย
- () รับประทานแล้วไม่เสียดต่อโรค เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน
- () สื่อโฆษณาที่เห็นบ่อย
- () มีการส่งเสริมการจำหน่ายที่ดี

5. ท่านคิดว่าสารทดแทนความหวานสามารถทดแทนน้ำตาลทราย

- () ได้เพราะ.....
- () ไม่ได้เพราะ.....

6. ท่านคิดว่าถ้าบริโภคน้ำตาลทรายมากเกินไปความต้องการต่อร่างกายจะส่งผลอย่างไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () โรคอ้วน
- () โรคเบาหวาน
- () โรคความดันโลหิตสูง
- () โรคฟันผุ
- () อื่น ๆ ระบุ.....

7. ท่านพบปัญหาอะไรในการบริโภคน้ำตาลทราย

- () ไม่พบปัญหาอะไรเลย
- () บริโภคจนกลายเป็นความเคยชิน
- () ความสะอาดเปลี่ยนแปลงไป
- () ปริมาณแคลอรีสูง
- () อื่น ๆ ระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ท่านมีข้อเสนอแนะต่อน้ำตาลทรายอย่างไร

- () ควรกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ให้มากขึ้น
- () ราคาควรจะถูกลง
- () ควรมีสินค้าให้เลือกมากขึ้น
- () ควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น
- () การจัดวางสินค้า
- () อื่น ๆ ระบุ.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้