



บทนำ

ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ ๗๗ เรื่องกาแฟประกาศ  
ณ วันที่ ๑๓ มกราคม ๒๕๒๗ ได้ให้ความหมายของคำว่า กาแฟสำเร็จรูป ไว้ดัง  
ต่อไปนี้

กาแฟสำเร็จรูป หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผลที่แก่จัดของต้นกาแฟ  
ในสกุลคอฟเฟีย (COFFEA) ผ่านกรรมวิธีเอาเมล็ดคอก นำเมล็ดมาคั่วจนได้ที่โดย  
มิได้มีการผสมสิ่งอื่นใด แล้วนำมาสกัดด้วยน้ำเท่านั้น นำไปประหย่น้ำออกจนแห้งด้วย  
กรรมวิธีที่เหมาะสม มีลักษณะเป็นผงหรือเป็นเกล็ดหรือลักษณะอื่นๆ และสามารถละลาย  
น้ำได้หมดทันที

ปัจจุบันพบว่า มีคนนิยมดื่มกาแฟผงสำเร็จรูป ไม่ว่าจะดื่มที่บ้าน ที่ทำงาน  
หรือตามร้านอาหาร ดังจะเห็นได้จากสถิติแสดงปริมาณการจำหน่ายกาแฟผงสำเร็จรูปใน  
ประเทศ ตั้งแต่ปี ๒๕๑๘-๒๕๒๔ มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ๒๐% ต่อปี

เหตุผลประการหนึ่งที่คนนิยมดื่มกาแฟผงสำเร็จรูปมากขึ้น อาจจะเป็นเพราะ  
ความสะดวกในการเตรียม เพียงชงในน้ำร้อนก็สามารถดื่มได้ทันที โดยจะเติมนมและ  
น้ำตาลหรือไม่ก็ได้ ขึ้นกับความชอบของแต่ละคน เหมาะกับสภาพความเป็นอยู่ของคนไทย  
ในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ประกอบกับความพิถีพิถันในการคัดเลือก  
เมล็ดกาแฟ และผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ทำให้ได้กาแฟที่มีรสชาติเย็นที่นิยมของ  
ผู้บริโภค

ปัจจุบันพบว่ามีคนเป็นจำนวนมากนิยมดื่มกาแฟเป็นอาหารมื้อเช้า หรือดื่มกาแฟ  
หลังอาหารแต่ละมื้อ ตลอดจนใช้เป็นเครื่องดื่มต้อนรับแขก จึงอาจกล่าวได้ว่า กาแฟ  
ผงสำเร็จรูปได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนไทยมากขึ้นทุกขณะ

## ตารางที่ ๑

แสดงถึงปริมาณกาแฟผงสำเร็จรูปที่จำหน่ายในประเทศ

หน่วย : ตัน

ปี	กำลังผลิต <sup>๑</sup>	ปริมาณผลิต <sup>๒</sup>	การนำเข้า <sup>๓</sup>	การส่งออก <sup>๔</sup>	ปริมาณจำหน่าย ในประเทศ
๒๕๑๙	๓๐๐	๑๔๑.๘	๑๑๐.๙	๐.๐๙	๒๕๒.๖
๒๕๒๐	๓๐๐	๒๓๓.๓	๑๐๙.๙	๐.๑๐	๓๔๖.๑
๒๕๒๑	๕๕๐	๓๓๒.๙	๘๓.๖	๐.๐๓	๓๕๖.๔
๒๕๒๒	๕๖๒	๕๕๖.๐	๙๕.๓	๐.๐๓	๕๕๐.๐
๒๕๒๓	๕๖๒	๕๒๓.๓	๘๐.๒	๐.๐๒	๖๐๓.๔
๒๕๒๔	๕๖๒	๕๐๖.๐	๙๕.๐	๐.๐๒	๖๐๐.๔

ที่มา : ๑,๒ กระทรวงอุตสาหกรรม

๓,๔ กรมศุลกากร

หมายเหตุ ปริมาณจำหน่ายในประเทศคำนวณได้จาก ปริมาณที่ผลิตได้ในประเทศ รวมกับ ปริมาณนำเข้า หักด้วยปริมาณที่ส่งออก

X วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- ๑. ศึกษาการดำเนินการผลิตกาแฟงสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศไทย
- ๒. ศึกษาถึงแนวทางการตลาด ที่ผู้แทนจำหน่ายนำมาใช้ในการดำเนินงาน
- ๓. ศึกษาถึงความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟงสำเร็จรูปเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร
- ๔. ศึกษาถึงการให้ความช่วยเหลือ และการสนับสนุนจากภาครัฐบาล

X ประโยชน์ที่จะได้รับ

- ๑. ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตในการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับสภาพตลาด และเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจที่จะลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทนี้
- ๒. เป็นข้อมูลให้รัฐบาลวางแผนส่งเสริมอุตสาหกรรมประเภทนี้ให้ถูกต้องยิ่งขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาถึงการผลิต และการดำเนินงานด้านการตลาดของกาแฟงสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศไทยโดยเน้นเนื้อหาด้านการตลาด เช่นการวางแผนและการดำเนินงานด้านการตลาดของผู้แทนจำหน่ายรวมทั้งศึกษาถึง พฤติกรรมในการบริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกาแฟงสำเร็จรูป เฉพาะผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษา

ศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้คือ

- ๑. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน ได้แก่การสัมภาษณ์ คุณลิขิต แคนทรี เศรษฐกรระดับ ๕ ประจำกองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และ คุณศักดา มงคลโกศล ผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์

อาหาร บริษัท คีทแฮล์ม จำกัด ตลอดจนข้อมูลที่ได้รับจากการออกแบบสอบถาม  
ความคิดเห็นของผู้คัมภีรภาพงสำเร็จรูป โดยสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่คัมภีรภาพง  
สำเร็จรูป เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง ด้วยวิธีการ  
กำหนดโควตา (QUOTA SAMPLING) ใช้ตัวอย่าง ๓๑๔ ชุด ทำการสำรวจ  
ตั้งแต่วันที่ ๑ กรกฎาคม ถึง ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๒๖ หลังจากเก็บรวบรวมตัวอย่าง  
ได้ครบตามจำนวนแล้วจึงนำไปตรวจสอบความถูกต้อง แล้วแจกจ่ายรอยคั่น  
เพื่อคำนวณความถี่ของรายการแต่ละข้อมูล เสนอเป็นตารางเปรียบเทียบร้อยละ  
และทดสอบสมมุติฐานต่างๆที่ผู้เขียนกำหนดขึ้นด้วยวิธีการทางสถิติ คือการทดสอบ  
ไคส์แควร์ ( CHI-SQUARE TEST )

๒. ข้อมูลหุคิยภูมิ ศึกษาข้อมูลจากรายงานการวิจัย การศึกษา และเอกสารต่างๆ  
เช่น รายงานการศึกษาเรื่องกาแพ ของกองวิจัยตลาดและสินค้า กรมเศรษฐกิจการ  
พาณิชย์ เอกสารการศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมกาแพงสำเร็จรูป ของกองเศรษฐกิจ  
อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ตลอดจนเอกสารต่างๆจากธนาคารพาณิชย์และ  
กรมศุลกากร

ศูนย์วิทยพัรพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thomas C. Kinnear, James R. Taylor, " Marketing Research "  
An Applied Approach. ( International Student Edition, Mcgraw-Hill  
Kogakusha, Ltd. 1979 ) Page 185