



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมผู้บริโภคขนมกึ่งสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Instant Noodle in Bangkok

ขอ

นายเสริมพันธ์ โสภพ่อง

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

ท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2539

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

(รองศาสตราจารย์ ออมศรี ตันพิพัฒน์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นันทยา ลิทธิโชค)

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์)

ฟพ.  
ล ๑๒๕๗  
๒๕๓๙

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14726

วิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคขนมกึ่งสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร  
Consumer Behavior of Instant Noodle in Bangkok



คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

นพ.

ศ ๙๒๕ ๗

พ.ศ. ๒๕๓๙

๒๕๓๙


เลขที่.....

เลขทะเบียน ๑๗๑๖๔

วันเดือนปี.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการบริโภคขนมปังสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร  
โดย : นายเสกิมพันธ์ โสภีพ้อง  
ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)  
สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  ,...๑.๑.๑.๑๑.

เอมรศรี ต้นดีหมื่น

ขนมปังสำเร็จรูปเป็นอาหารที่สะดวกและอร่อยมีราคาถูกและสะดวกในการปรุงรับประทาน  
ปัจจุบัน เนื่องจากเป็นอาหารที่สะอาดถูกหลักอนามัย มีราคาถูกและสะดวกในการปรุงรับประทาน  
เหมาะสมกับสภาพสังคมและภาวะเศรษฐกิจที่ต้องแข่งขันกับเวลาและค่าครองชีพที่สูงขึ้น ขนม  
ปังสำเร็จรูปจึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของคนเรามากขึ้น ดังนั้นจึงได้ศึกษาถึง  
พฤติกรรมการบริโภคขนมปังสำเร็จรูป โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมใน  
การบริโภคขนมปังสำเร็จรูปรวมทั้งข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคขนมปังสำเร็จรูป โดยศึกษา  
เฉพาะผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาค้นคว้านี้ จะทำให้ทราบ  
ถึงข้อเท็จจริงทางทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคขนมปังสำเร็จรูป อีกทั้งยังเป็นประโยชน์  
ต่อผู้ผลิตและผู้จำหน่ายขนมปังสำเร็จรูปในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกิจกรรมด้านการตลาดให้ตรง  
กับความต้องการของผู้บริโภค

จากผลการศึกษาผู้บริโภคขนมปังสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 120 คน  
โดยการใช้แบบสอบถามพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสดอยู่ใน  
วัยนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่กำลังศึกษาและจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อ  
เดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,000 - 10,000 บาท พักอาศัยอยู่ทาวน์เฮ้าส์และบ้านเดี่ยว  
มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1 - 5 คน ทางด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรบริโภค  
ขนมปังสำเร็จรูป พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคแบบซองหรือสัมกับน้ำร้อนมากที่สุด เพราะ  
ความสะดวกและได้รสชาติมากกว่าแบบอื่นโดยผู้บริโภคจะรับประทานเป็นอาหารเช้าหรือในมื้อเย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รสดีมีขำกึ่ง เป็นรสที่นิยมมากที่สุดโดยจะเลือกบริโภคแบบซองและผู้บริโภคจะเป็นผู้ซื้อมารับประทานเอง ส่วนใหญ่จะมีปริมาณซื้อเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10 ซอง/ถ้วย ผู้บริโภคจะซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจากซูเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุด รองลงมาคือร้านค้าปลีกเนื่องจากสะดวกและใกล้บ้าน ซึ่งห้อมมาจะได้รับความนิยมมากที่สุด เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเพราะสะดวกในการรับประทานและราคาไม่แพง หาซื้อง่าย โดยผู้บริโภคจะพบเห็นโฆษณาบะหมี่ทางโทรทัศน์มากที่สุดทางด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนั้น ส่วนใหญ่จะไม่พบปัญหาในการบริโภค ส่วนที่พบปัญหาก็จะเป็นปัญหาในเรื่องของรสชาติไม่ถูกปากและมีสิ่งเจือปน แล้วเมื่อพบปัญหาก็จะบริโภคลดลง สำหรับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปัจจุบันเห็นว่า ความสะดวกในการบริโภค ความสะอาด ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รสชาติ หีบห่อ และสถานที่จำหน่ายอยู่ในชั้นดี ส่วนราคา คุณภาพ รสชาติ วันหมดอายุและรางวัล แฉก แฉก แฉก วัตถุประสงค์อยู่ในชั้นพอใช้เท่านั้น ส่วนการโฆษณา ผู้บริโภคเห็นว่าจัดอยู่ในชั้นพอใช้จนถึงขั้นดี

จากการศึกษาเรื่องนี้ขอเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปคือ ควรปรับปรุงบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปให้มีความอร่อยมากขึ้น ควรลดปริมาณผงชูรสให้น้อยลงและควรปรับปรุงรสชาติ ความเหนียวของเส้นให้รับประทานมากขึ้น ควรเพิ่มรสชาติหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ควรมีการบรรจุหีบห่อที่สวยงามเพื่อดึงดูดใจและเพิ่มความใหม่ของผลิตภัณฑ์ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่บรรจุหีบห่อแบบซามโพนและถ้วยพลาสติกควรลดราคาให้ถูกลง และทำให้สามารถย่อยสลายได้ง่ายขึ้นโดยไม่เป็นปัญหากับสิ่งแวดล้อม สำหรับข้อเสนอแนะอื่น ๆ คือ ด้านวัตถุดิบ รัฐควรส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบที่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน มีปริมาณที่เพียงพอและอยู่ในราคาย่อมเยา ด้านชิ้นส่วนอะไหล่ของเครื่องจักรที่จำเป็นต้องสั่งซื้อเข้ามาในราคาค่อนข้างสูง ควรมีการลดหย่อนอากรขาเข้าก็จะเป็นการช่วยผู้ผลิตได้ทางหนึ่ง หน่วยงานของรัฐควรจัดตั้งศูนย์กลางเผยแพร่ข่าวสารและการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการผลิตใหม่ ๆ ให้ผู้ประกอบการได้ทราบเป็นการทั่วไป อีกทั้งรัฐควรส่งเสริมและหาทางผ่อนปรนให้มีการส่งออกมากขึ้นด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ทั้งนี้เนื่องจากความกรุณาให้คำแนะนำ ปรึกษา และตรวจทานแก้ไขจาก อาจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ พร้อมทั้งคณะกรรมการปัญหาพิเศษ อาจารย์ นิตยา สิทธิโชคและอาจารย์ รังสรรค์ โนนชัย ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำและสอบถามถึงความคืบหน้าในการจัดทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้ นอกจากนี้ขอขอบคุณผู้มีส่วนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ ตั้งแต่สถานที่ราชการต่าง ๆ ที่ให้ความกรุณาอำนวยความสะดวกในการค้นคว้าหาข้อมูล ห้องคอมพิวเตอร์สำนักวิจัยและบริการคอมพิวเตอร์และเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องโดยเฉพาะของคุณสุทธิภัทร อำนวยการ คุณปานทิพย์ นุ่มเกลี้ยงและคุณธรากร วัฒนจักร์ ที่อนุเคราะห์ในการจัดพิมพ์ ขอขอบคุณ คุณศรัยทุท และคุณทรงกรด อยู่อินทร์ รวมทั้งเพื่อน ๆ และน้อง ๆ ที่ช่วยเหลือเวลาอันมีค่าในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและเป็นผู้ช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

สุดท้ายขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ผู้เป็นที่รักและเคารพอย่างสูงที่เอื้อเฟื้อทางด้านการงบประมาณและเป็นกำลังใจให้ตลอดเวลาและผู้มีได้กล่าวถึงทุก ๆ ท่าน ที่ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงอย่างสมบูรณ์ คุณความดีทั้งหลายที่ผู้ศึกษามีขอมอบให้ คุณแสงชัย สุนทรวัฒน์ ผู้อำนวยการ อ.ส.ม.ท. ผู้ล่วงลับก่อนวัยอันสมควร

นายเชรินทร์พันธุ์ โสภีผ่อง

26 เมษายน 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
การตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	6
บทที่ 2	7
อุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	7
ประวัติความเป็นมาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	7
ภาวะการผลิต	8
กรรมวิธีการผลิต	10
วัตถุดิบ	10
ขั้นตอนการผลิต	10
ต้นทุนการผลิต	13
เทคโนโลยีการผลิต	13
ปัญหาการผลิต	14
โครงสร้างตลาด	14
ส่วนแบ่งตลาด	15
ภาวะการนำเข้า	15
ภาวะการส่งออก	16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
กลยุทธ์ทางการตลาด	17
การแข่งขัน	19
ปัญหาการตลาด	20
ความช่วยเหลือของรัฐบาล	20
แนวโน้มในอนาคต	21
บทที่ 3 ผลการศึกษา	22
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	22
ตอนที่ 2 พฤติกรรมและปัจจัยที่ผลกระทบต่อการบริโภค	30
ตอนที่ 3 ทักษะคิดของผู้บริโภค	39
บทที่ 4 สรุปลงและข้อเสนอแนะ	43
สรุปลงผลการศึกษา	43
ข้อเสนอแนะ	44
เอกสารอ้างอิง	47
ภาคผนวก	49
ภาคผนวก ก. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมะหมก่งสำเร็จรูป	50
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องหม้อทอดอากาศ	9
2	บริษัทผู้นำเข้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	16
3	เพศของผู้บริโภค	23
4	ระดับอายุของผู้บริโภค	24
5	สถานภาพสมรสของผู้บริโภค	24
6	อาชีพของผู้บริโภค	25
7	ระดับการศึกษาของผู้บริโภค (กำลังศึกษา)	26
8	ระดับการศึกษาของผู้บริโภค (จบการศึกษา)	27
9	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค	28
10	สถานที่ที่ผู้บริโภคพักอาศัยอยู่	29
11	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	29
12	รูปแบบการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	31
13	ชื่อของการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	31
14	รสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่เลือกบริโภค	32
15	ชื่อของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	33
16	รูปแบบการบรรจุหีบห่อที่เลือกบริโภค	34
17	ปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน	35
18	สถานที่ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	35
19	ชื่อที่ผู้บริโภคเลือก	36
20	เหตุผลในการเลือกบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	37
21	สื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคพบเห็นมากที่สุด	38
22	การพบปัญหาในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	39
23	ปัญหาที่ผู้บริโภคพบในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	40
24	การเลือกบริโภคหลังพบปัญหา	41
25	ความคิดเห็นต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรรมวิธีการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	12
2	แผนผังแสดงช่องทางการจำหน่าย	18



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

การดำรงชีวิตของคนในปัจจุบันต้องแข่งกับเวลาที่มีจำกัด ต้องเร่งรีบใช้เวลาให้ได้ประโยชน์มากที่สุด ขณะที่ความรัดตัวทางเศรษฐกิจทำให้คนมีภาระงานเพิ่มมากขึ้น เวลาในการประกอบอาหารก็พลอยลดน้อยลงไปด้วย ผู้คนจึงต้องการความรวดเร็วในการประกอบอาหารเพื่อเอาเวลาไปใช้ในการทำงาน นักโภชนาการจึงคิดสร้างอาหารที่ใช้เวลาในการประกอบอาหารน้อย เป็นอาหารที่เกือบสำเร็จรูปหากผู้บริโภคนำอาหารดังกล่าวไปปรุงต่ออีก 1 หรือ 2 ขั้นตอนก็จะได้อาหารปรุงสำเร็จรับประทานทันที เราเรียกอาหารจำพวกนี้ว่า อาหารกึ่งสำเร็จรูป ซึ่งในที่นี้อาหารกึ่งสำเร็จรูปได้มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบันมากขึ้นเพราะอาหารชนิดนี้จะช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ทำให้สามารถใช้เวลาในการทำกิจกรรมอย่างอื่นได้มากขึ้น เมื่อมีความต้องการบริโภคอาหารประเภทนี้สูงขึ้น ผู้ผลิตอาหารจึงเร่งผลิตอาหารประเภทนี้ออกสู่ตลาดมากขึ้น ทำให้มีอาหารกึ่งสำเร็จรูปมากมายหลายชนิด หลายรูปแบบ และอาหารกึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมมากก็คือ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่งที่นำบะหมี่มาผ่านกรรมวิธีบางอย่างในขั้นต้นให้ได้บะหมี่แห้งสำเร็จรูปบรรจุซองพร้อมกับซองเครื่องปรุงต่าง ๆ โดยมีความชื้นร้อยละ 5 - 8 สามารถเก็บได้นานและนำมาบริโภคได้ง่ายเพียงการลวกน้ำร้อน การต้มหรือการเติมน้ำร้อนลงไป ซึ่งญี่ปุ่นเป็นประเทศแรกที่ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนี้ขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ. 2500 จากนั้นจึงนิยมแพร่หลายไปจนเกือบทั่วทุกมุมโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชีย ซึ่งรวมทั้งประเทศไทยด้วย สำหรับในประเทศไทยแล้วในระยะแรก บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจะเป็นลักษณะสินค้าฟุ่มเฟือย นิยมบริโภคกันเฉพาะกลุ่มบุคคลผู้มีรายได้สูง แต่ในปัจจุบัน ภาวะเศรษฐกิจเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว สภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะเรื่องอาหารการกิน วิธีการกินอาหารแบบที่ต้องใช้เวลาและความชำนาญของบุคคลในการปรุงแต่งอาหาร เป็นเรื่องที่จะต้องลดความสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงไป ดังนั้น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนทุกระดับและเป็นอาหารที่นิยมบริโภคกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นอาหารที่สะอาดถูกหลักอนามัย มีราคาถูก และมีคุณค่าทางอาหารในระดับหนึ่ง คือมีสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายเพียงบางส่วน และยังมีขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายอีกบางชนิด นอกจากนี้ ยังมีสารโบทินโรเซียม (Botox) (ผงชูรส) ที่อาจเป็นอันตรายต่อร่างกายได้ ถ้ารับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากเกินไป แต่บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปก็ยังนับว่ามีส่วนช่วยในการประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายและสะดวกในการประกอบอาหารให้กับคนทั่วไปอย่างมาก

ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปัจจุบันมีมูลค่าการตลาดประมาณ 4,800 ล้านบาท มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 - 18 ต่อปี และมีอัตราการบริโภคเฉลี่ย 30 ซองต่อคนต่อปี (เนิรนาม , 2538 : 22) ทางบริษัทผู้ผลิตจึงมีแผนการตลาดเพื่อขยายตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในภาวะที่ต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้น โดยการเพิ่มรสชาติใหม่ และออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในลักษณะการเพิ่มเนื้อสัตว์เข้าไปรวมทั้งการขยายช่องทางการขายใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้นในรูปแบบของอาหารจานด่วนตามจุดต่าง ๆ ในศูนย์การค้า ด้านธุรกิจส่งออกบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปผู้ผลิตจะส่งไปยังกลุ่มประเทศอื่นโตขึ้นเป็นส่วนใหญ่ โดยแต่งตั้งเอเยนต์ประจำในประเทศนั้น ๆ เพื่อช่วยกระจายสินค้า จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้ทำการศึกษาวางได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของบริษัทกึ่งสำเร็จรูป ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะสามารถชี้ให้เห็นถึง สาเหตุในการตัดสินใจซื้อและความต้องการของผู้บริโภคที่จะเป็นข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตในการปรับปรุงสินค้าและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าชนิดนี้ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เกี่ยวข้องกับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในด้านรสชาติ คุณค่าอาหาร ราคา การบรรจุหีบห่อ การโฆษณาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสินค้าต่อผู้ผลิต
2. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในเขต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรุงเทพมหานคร ในการเลือกซื้อ ปริมาณการซื้อ สถานที่ซื้อ เหตุผลของการบริโภคและอิทธิพลที่มีต่อการบริโภค

3. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา สภาพการผลิต กรรมวิธีการผลิต การตลาด ขั้นตอนการจำหน่าย ความช่วยเหลือของรัฐบาล และปัญหาในด้านต่างๆ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบข้อเท็จจริงทางด้านทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทางด้าน วัสดุศาสตร์ คุณค่าอาหาร ราคา การบรรจุหีบห่อ การโฆษณา
2. ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริโภคที่เป็นสาเหตุในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและจำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกิจกรรมด้านการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในเรื่อง การเลือกซื้อ ปริมาณการซื้อ สถานที่ซื้อ เหตุผลของการบริโภค และอิทธิพลที่มีต่อการบริโภค รวมทั้งทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในด้านวัสดุศาสตร์ คุณค่าอาหาร ราคา บรรจุภัณฑ์ การโฆษณา และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสินค้าต่อผู้ผลิต ทั้งนี้จะใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์จากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคในปี พ.ศ. 2538 และข้อมูลทั่วไปของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูประหว่างปี พ.ศ. 2532 - 2538

### นิยามศัพท์

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป หมายถึง บะหมี่ที่ได้ผ่านกรรมวิธีและปรุงแต่งมาบ้างแล้ว และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้รับประทานหลังจากผ่านกรรมวิธีอย่างง่าย และใช้เวลาสั้น โดยการเติมน้ำร้อน การต้ม หรือการเติมอาหารอื่นลงไป

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในทันทีหมายถึง ประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือวิธีการที่แสดงออกมาของผู้บริโภค ในทันที หมายถึง เฉพาะพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

### การตรวจเอกสาร

คำรงค์ วิวัฒน์หาญบุณย์ (2525) ได้ศึกษาวิจัยปริญญาโทของ วุฒิปริญญาโท สาขาวิชาวิจัย เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป สรุปได้ว่า ปัจจุบันบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้รับความนิยมมาก เพราะสะดวกในการปรุงรับประทาน ประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้ผลิตได้ผลผลิตออกมาสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างไม่หยุดยั้ง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ผลิตออกมามี 2 ประเภท คือ 1. บะหมี่ที่นำมาทำให้แห้งโดยการทอดน้ำมัน จะเติมซूपและเครื่องปรุงแต่งรส ลงไปในเส้นบะหมี่หรือบรรจุซอง 2. บะหมี่ที่ผลิตโดยวิธีอื่น ในส่วนของการเติมซूप และเครื่องปรุงแต่ง กลิ่น รส เป็นไปเช่นเดียวกับประเภทที่ 1 และส่วนประกอบหลักคือ แป้งสาลี และซूप

ลำดวน เสวตมาลัย (2526) ได้จัดทำหนังสือเรื่องความปลอดภัยในการบริโภค อาหารสำเร็จรูป สรุปได้ว่า อันตรายนที่ปะปนอยู่ในอาหารกึ่งสำเร็จรูปมี 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ 1. จุลินทรีย์และหนอนพิษที่ปะปนอยู่ในอาหารได้แก่ แบคทีเรีย ยีสต์ รา และหนอนพิษที่เป็นต้นเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการเจ็บป่วยด้วยอาการของโรคทางเดินอาหาร 2. สารเคมีต่าง ๆ เพื่อปรุงแต่ง กลิ่น สี รส ของอาหารและเพื่ออำนวยความสะดวกในการผลิตอาหาร สำหรับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป สารเคมีที่ตรวจพบได้แก่ บอแรกซ์ ซึ่งมีคุณสมบัติทำให้กรอบ ใช้สำหรับผสมกับแป้ง สำหรับทอด ผงชูรส มีอำนาจในการกระตุ้นประสาทรับรสทำให้รู้สึกว่ามีอาหารได้อร่อยซึ่งทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้เกิดอาการผื่นง ผดหรือร้อนวูบวาบที่ก้นคอและแก้ม คลื่นไส้ อาเจียนเพราะผงชูรสจะเข้าไปทำลายเซลล์สมอง ดังนั้นจึงไม่ควรรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากเกินไปเพราะจะทำให้เกิดการสะสมสารเคมีไว้ในร่างกาย ทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพได้ในอนาคต

อรอนงค์ นัชวิกุล (2532) ได้จัดทำหนังสือ ชื่อ ข้าวสาลี ในเรื่องของผลิตภัณฑ์อาหารเส้น สรุปได้ว่า อาหารเส้นจากแป้งสาลีนั้นมีแนวทางการผลิตเป็น 2 แบบ คือการผลิตตามแบบชาวยุโรป เรียกว่า พาสต้า (pasta) และการผลิตตามแบบของชาวเอเชียเรียกว่า บะหมี่ (noodles) นับเป็นอาหารหลักอีกชนิดหนึ่งของชาวเอเชียมาช้านาน เริ่มจากประเทศจีนจนเป็นที่นิยมในการบริโภคแพร่หลายไปยังประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย รวมทั้งประเทศไทยด้วยกรรมวิธีในการผลิตบะหมี่จะแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ การผสม การรีดให้เป็นแผ่นบางและการตัดเป็นเส้น โดยบะหมี่ที่ได้เริ่มแรกนั้นจะเป็นบะหมี่สด (fresh raw noodle) ต่อมาได้พัฒนาการผลิต เกิดเป็นบะหมี่ชนิดต่าง ๆ ตามกรรมวิธีการผลิตเพิ่มขึ้น โดยถ้านำบะหมี่สดมาลวกน้ำร้อนก่อนขายให้ผู้บริโภคก็เรียกว่า บะหมี่เปียก (wet noodle) หรือบะหมี่สุก ถ้านำบะหมี่สดมาตากแห้งก็จะได้บะหมี่แห้ง (dry noodle) ถ้านำบะหมี่สดมาทอดเรียกว่า บะหมี่ทอด (fried noodle) เมื่อนำบะหมี่สดมาผ่านไอน้ำและทำให้แห้งจะได้ บะหมี่แห้งสำเร็จรูป (instant dry noodle) ถ้าวานไอน้ำแล้วนำมาทอด เรียกว่าบะหมี่ทอดสำเร็จรูป (instant fried noodle)

สุรรัตน์ ลำธารทอง (2534) ได้ศึกษาวิจัยปริญญาโทระดับปริญญาตรี ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่งที่บริโภคกันอย่างแพร่หลายในหมู่ประชาชนทั่วไป เนื่องจากเป็นอาหารที่ถูก สะอาด และสะดวกรวดเร็วในการปรุงเพื่อรับประทาน จึงเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน จากผลการศึกษาผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยจำนวน 150 คน พบว่ารูปแบบการบริโภคจะเป็นแบบซงหรือต้มกับน้ำร้อน นิยมรสต้มยำกึ่ง อีห้อมาม่าโดยจะหาซื้อตามซูเปอร์มาร์เก็ต และมีความคิดเห็นว่า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปัจจุบันมีความเหมาะสมแล้วในเรื่องราคาของการบรรจุแบบซอง การบรรจุหีบห่อ สื่อโฆษณา รวมถึงปริมาณการใช้ ส่วนที่ต้องปรับปรุง คือคุณค่าทางอาหาร ราคาของการบรรจุแบบถ้วยโพนหรือซามโพน และในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการยังมีความต้องการบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปอีกมาก หากมีการปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวแล้วจะเป็นสิ่งที่ต้อง

## วิธีการศึกษา

### 1. การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ราชงาน การศึกษา บทความ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถิติ จากส่วนราชการและเอกชนที่ได้รับ รวบรวมไว้ เช่น กองเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม บริษัท สหพัฒน์ฟิล์ม จำกัด เป็นต้น

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการสำรวจแบบ Personal โดยการออกแบบ สอบถามสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มแบบสกลกลุ่ม Cluster Random Sampling แบ่งตามเขตที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคจำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตมีนบุรี เขตบางกะปิ เขตบึงกุ่ม เขตลาดพร้าว เขตห้วยขวาง เขตพระโขนง จากนั้น ทำการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เลือกประชากรเขตละ 15 คน รวม ทั้งหมด 120 ตัวอย่าง เพื่อทำการศึกษานวัตกรรมของผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

### 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาจัดหมวดหมู่ ทำตารางวิเคราะห์ และหาค่าร้อยละทำการ วิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อศึกษานวัตกรรมการบริโภค บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## อุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

### ประวัติความเป็นมาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นเส้นบะหมี่ซึ่งทำจากแป้งสาลีล้วน ๆ หรือทำจากแป้งสาลีผสมแป้งชนิดอื่นที่ผ่านกรรมวิธีทำให้สุกแล้ว พร้อมด้วยซุ๊ปและเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรสอื่น ๆ ในอัตราส่วนที่เหมาะสมบรรจุอยู่ในภาชนะเดียวกัน สามารถนำมาเป็นอาหารรับประทานได้ง่ายและใช้เวลาสั้น ๆ เพียงเติมน้ำเดือดลงบนเส้นบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ปิดฝา แล้วทิ้งไว้ 3-4 นาที ก็จะสุกและรับประทานได้ทันที

ประเทศญี่ปุ่นนับว่าเป็นประเทศแรกที่คิดผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขึ้นมาเมื่อประมาณ 30 กว่าปีมาแล้ว ต่อมาประเทศต่าง ๆ ได้นำกรรมวิธีการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนี้เข้ามาผลิตบ้างแล้วขยาดไปทั่วโลกในปัจจุบัน สำหรับประเทศไทย บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในระยะแรกเป็นการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อมาได้มีการลงทุนร่วมกันระหว่างบริษัทของไทยกับญี่ปุ่น ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขึ้นมา ชื่อแรกใช้ชื่อว่า "ชินวา" แต่บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในระยะแรก ๆ ไม่ค่อยได้รับความนิยมจากตลาดในประเทศไทยมากนัก เนื่องจากรสชาติยังไม่เป็นที่ถูกปากของผู้บริโภค และความไม่คุ้นเคยกับอาหารประเภทกึ่งสำเร็จรูป ประกอบกับกรรมวิธีการผลิตยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในขณะนั้นจึงมีมูลค่าเพียงประมาณร้อยละห้าของด้านบาทเท่านั้น ต่อมาได้มีการปรับปรุงกระบวนการผลิต และมีการปรับเปลี่ยนรสชาติให้ตรงตามรสนิยมการบริโภคของคนไทยมากขึ้น จึงทำให้ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน สภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป การทำงานต้องอาศัยความเร่งรีบแข่งกับเวลา บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น เพราะสะดวกและประหยัดเวลาในการปรุง ทำให้ในปัจจุบันมูลค่าตลาดของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีมูลค่าประมาณ 4,800 ล้านบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาวะการผลิต

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอุตสาหกรรมขั้นปลาย (Down Stream) โดยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงคือ บรรจุกัมภ์ (Forward Linkage) และอุตสาหกรรมการผลิตแป้งสาลี อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม (Backward Linkage) การผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในประเทศไทยเป็นการผลิตเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศเป็นหลัก อุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้มีการพัฒนาและเติบโตขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง ตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยเริ่มผลิตขึ้นครั้งแรกในปี 2515 โดยบริษัทไทยซีเอ็นเอ ฟู้ดอินดัสเตรียล จำกัด ต่อมาก็มีผู้ผลิตรายอื่นเปิดดำเนินการเพิ่มขึ้น จนในปัจจุบันมีผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทั้งหมดจำนวน 10 รายด้วยกัน (ตารางที่ 1) กำลังการผลิตรวมทั้งอุตสาหกรรมประมาณ 60,000-70,000 ตันต่อปี โดยมีบริษัทไทยเพรสซิเด้นท์ฟู้ดส์ ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตรา มาม่า (ซึ่งอยู่ในเครือของบริษัท สหพัฒนพิบูล) เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน

ปัจจุบันอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในประเทศไทยได้รับความสนใจจากผู้ผลิตต่างประเทศ ในการเข้ามาลงทุนผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในประเทศไทย เพราะไทยมีแหล่งวัตถุดิบทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์ มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ ประกอบกับมีการขยายตัวด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เช่น การขยายฐานการผลิตของบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไต้หวัน เข้ามาตั้งโรงงานผลิตในไทย ซึ่งเป็นโรงงานที่ใหญ่ที่สุดและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในเอเชีย โดยนอกจากจะทำการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศแล้ว ยังเป็นการผลิตเพื่อมุ่งการส่งออกอีกด้วย นอกจากนี้การผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยังได้รับการยอมรับจากต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากมีการว่าจ้างผู้ผลิตบางรายของไทยให้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปไปจำหน่ายในต่างประเทศ เช่น จำหน่ายไปยังประเทศออสเตรเลีย และอเมริกา เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ผู้ผลิตขนมปังสำเร็จรูปและเครื่องหมายการค้า

ผู้ผลิต	เครื่องหมายการค้า
1. บริษัท ไทย ชีวภัณฑ์อินดัสเตรียล จำกัด	ชีวา เฮฮา โศคา จาซาเตบัน ฮ็องเต้ โพโก แนชเชอรัลเฮลท์ ชันนี่เมดดราก้อน
2. บริษัท วันไทยอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด	ฮ่าฮ่า ตราชาลาม ฮ่าฮ่าฮันด์เดิลดี โซน่าซ็อบ เพลส
3. บริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด	ไวไว
4. บริษัท ไทยเพรสซิเด็นท์ฟู้ดส์ จำกัด	มาม่า ฮ็องเฮา โจโจ้ มามี นันฮาง จ้าม่า
5. บริษัท เนสท์เล่ (ประเทศไทย) จำกัด	แพ็กกี้
6. บริษัท อาหารไทยมี จำกัด	มาม่า ชง-อิก เทวีสลี กิมเฮียง
7. บริษัท เพรสซิเด็นท์เมียวโจ้ ฟู้ดส์ จำกัด	เมียวโจ้ซันมัย เมียวโจ้ทั้งเมน
8. บริษัท นำเข้า (ประเทศไทย) จำกัด	หมี่จิ้ง ลิตเต้ล็ก
9. บริษัท ไกรตะวัน จำกัด	ฮุมมี่ กุ้งกิ้ง ตราหมี่ลับ
10. หจก. อาหารสำเร็จรูป สุโขทัย-ลก	ฮ่าฮ่า โจ้วโจ้ว

หมายเหตุ 1/ เป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท ไทยเพรสซิเด็นท์ฟู้ดส์ กับห้างหุ้นส่วนเพรสซิเด็นท์ฟู้ดส์  
ฮ็องกง เพื่อทำการผลิตเพื่อส่งออกเพียงอย่างเดียว

ที่มา : (นิรนาม , 2535 : 4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กรรมวิธีการผลิต

### 1. วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ได้แก่ แป้งสาลี น้ำมันปาล์ม ผงชูรส กระเทียมผง ชีวหัว หอมแห้ง ผริกป่น ไข่ไก่ น้ำตาล เนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อไก่ กุ้ง และเครื่องปรุงรสต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีอาจมีการใช้วัตถุดิบอื่น ๆ แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับแต่ละสูตรของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และของแต่ละบริษัทด้วย ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่หาได้โดยทั่วไปภายในประเทศ ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ต่อ 1,000 กล้อง มีดังนี้

<u>รายการวัตถุดิบ</u>	<u>ปริมาณที่ใช้</u>
แป้งสาลี	1,604.14 กก.
น้ำมันหมู	500 กก./วัน/เครื่อง
เครื่องปรุงรสต่างรส	539 กก.
สีผสมอาหาร	36 กรัม
กล้องกระดาด	205 กก.
กระดาดห่อ	80 กก.

### 2. ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

#### 2.1 ขั้นตอนการผลิตเส้นบะหมี่

1. นำแป้งสาลีมาผสมเข้ากับน้ำ เกลือ เกลือแร่ เครื่องปรุงรสต่าง ๆ ใส่สารเคมี Carboxy Methylcellulose เพื่อทำให้แป้งมีความเหนียว ใส่สีผสมอาหาร และบางสูตรผู้ผลิตจะใส่ไข่ด้วย ผสมให้เข้ากันโดยใช้เวลาประมาณ 20 นาที

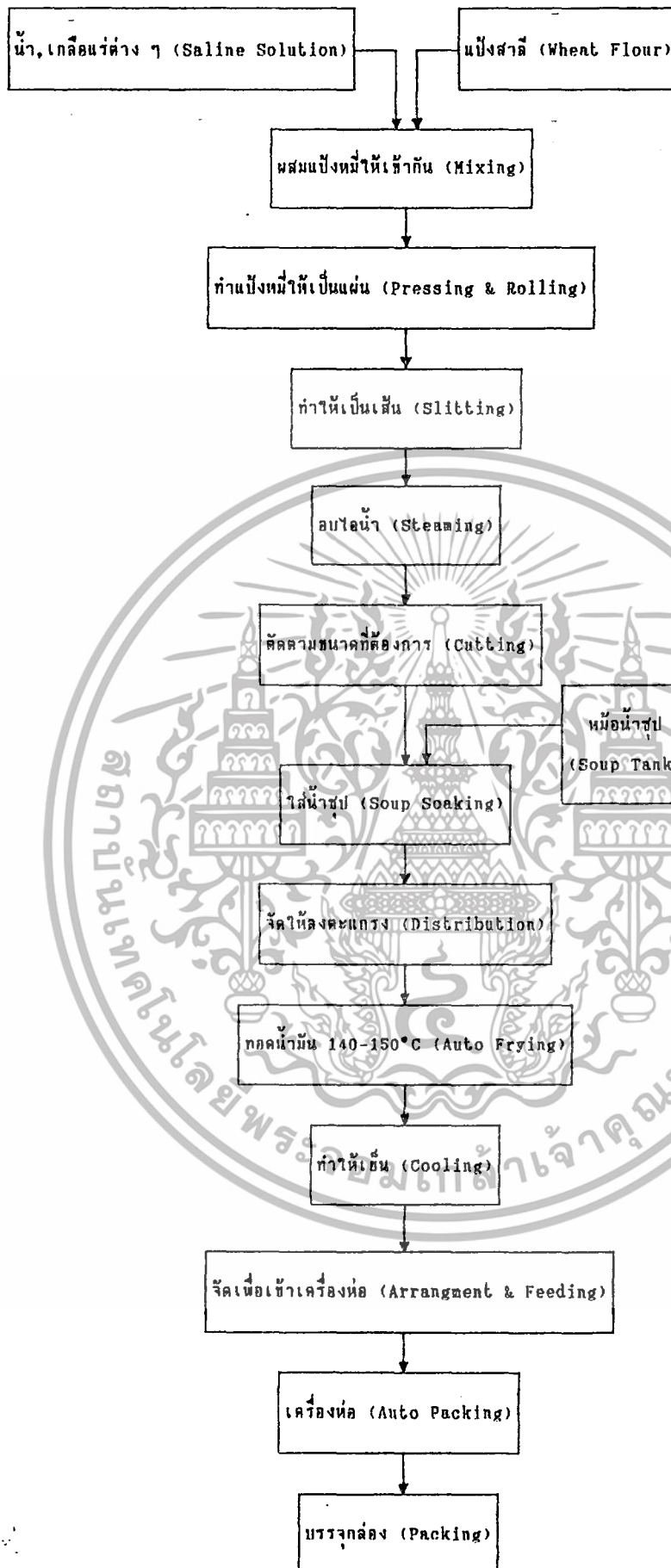
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. นำแป้งที่ผสมแล้วเข้าเครื่องรีดออกมาเป็นแผ่น ใช้ความร้อนประมาณ 110-120 องศาเซลเซียส เวลาประมาณ 20 นาที
3. ตัดแป้งออกเป็นเส้นยาว ๆ ส่งเข้าหม้ออบไอน้ำเพื่อนึ่งให้สุก โดยใช้ความร้อนประมาณ 1.5 กิโลกรัม/ตารางเซนติเมตรในเวลา 2 นาที
4. นำแป้งที่นึ่งแล้วแบ่งออกเป็นส่วน ๆ ใส่น้ำขุปลงไปจากนั้นนำไปจัดลงตะแกรงเพื่อนำไปทอด
5. นำเส้นขนมี่ไปทอดในน้ำมันปาล์ม โดยใช้ความร้อนประมาณ 140-150 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 3 นาทีเพื่อให้กรอบ จากนั้นนำขึ้นมาเป่าพัดลมให้เย็นก่อนที่จะนำเข้าเครื่องบรรจุช่อง และบรรจุกล่องเตรียมส่งออกจำหน่ายต่อไป

## 2.2 ขั้นตอนการผลิตน้ำขุปล

นำเนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อไก่ เนื้อกุ้ง อย่างใดอย่างหนึ่งแล้วแต่รสชาติของขนมี่ที่ต้องการ ผสมกับข้าว น้ำตาล น้ำมันพืช เกลือ พริกขี้หนู และน้ำ นำมาเคี่ยวร่วมกันใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง จากนั้นจึงกรองเอาเฉพาะน้ำขุปลเพื่อนำไปผสมลงในแป้งที่นึ่งแล้วในขั้นตอนที่ 4 ของการผลิตเส้นขนมี่

จากขั้นตอนการผลิตขนมี่กึ่งสำเร็จรูป ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนี้ เป็นการกล่าวถึงขั้นตอนการผลิตขนมี่กึ่งสำเร็จรูปของโรงงานผลิตขนมี่กึ่งสำเร็จรูปทั่วไปที่มีอยู่ ซึ่งในขั้นตอนการผลิตคล้ายกันมาก จะแตกต่างกันก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น (ภาพที่ 1)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 งานที่ 1 การผลิตขนมปัง  
 ไม่ว่าจะเรียนที่ใดก็ตามต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขให้ครบถ้วนและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
 (ไม่จำกัดสิทธิ์ในเอกสารนี้) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

### 3. ต้นทุนการผลิต

โครงสร้างต้นทุนของการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป 1 ตัน ของผู้ผลิตแต่ละราย จะไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งจะเป็นดังนี้

1. ค่าวัตถุดิบ	ประมาณร้อยละ	68.60
2. ค่าแรงงาน	ประมาณร้อยละ	5.60
3. ค่าใช้จ่ายในการผลิต		
- ค่าพลังงานในการผลิต	ประมาณร้อยละ	12.10
- ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	ประมาณร้อยละ	4.50
- ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	ประมาณร้อยละ	9.20
		<u>25.80</u>
		<u>100.00</u>

จากโครงสร้างต้นทุนการผลิตจะเห็นได้ว่ามูลค่าที่สูงที่สุดคือมูลค่าของวัตถุดิบ วัตถุดิบที่สำคัญ ๆ ได้แก่ แป้งสาลี น้ำมันปาล์ม รีโบไทด์ เป็นต้น ซึ่งหากวัตถุดิบที่สำคัญดังกล่าวมีราคาสูงขึ้นก็จะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสูงตามขึ้นไปด้วย

#### เทคโนโลยีการผลิต

เทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในระยะแรก ยังมีประสิทธิภาพไม่สูงมากนัก ทำให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับปัญหาการผลิต เช่น สินค้าที่ผลิตได้เหม็นหืน ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน แต่ต่อมาได้มีการพัฒนาโดยการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่นและไต้หวัน มาใช้ในการผลิตมากขึ้นและจากการที่บริษัทผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดใหญ่ของไต้หวันได้ย้ายฐานการผลิตมาทำการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในประเทศไทย ทำให้เทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมนี้ในประเทศไทย เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดของเอเชีย ซึ่งควบคุมขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนด้วยระบบคอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ปัญหาการผลิต

การผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปัจจุบันมีปัญหาใหญ่ ๆ ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ซึ่งมีราคาสูงขึ้นอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นมาก แต่ราคาจำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปไม่สามารถเพิ่มขึ้นให้สูงตามไปได้ ทั้งนี้เพราะมีการแข่งขันมากนั่นเอง

2. ปัญหาปัจจัยการผลิตอื่น ก็มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นด้วย เช่น ค่าแรงงาน ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น ทำให้ต้นทุนการผลิตยิ่งสูงขึ้น

3. วัตถุดิบบางชนิดต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น พงหอมหัวใหญ่ พงกระเทียม และน้ำมันปาล์มชนิดดี ซึ่งไม่มีการผลิตในประเทศ แต่อัตราอากรขาเข้าสูงมากเป็นอุปสรรคต่อการผลิต

4. หน่วยงานของทางราชการที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร มีกฎระเบียบเข้มงวดกวดขันมาก ทำให้ต้องมีการหยุดเดินเครื่องจักรในบางครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขสูตรอาหารบางอย่างเพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบทำให้การผลิตต้องหยุดชะงักและวัตถุดิบบางชนิดต้องเสียไป

### โครงสร้างตลาด

ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในประเทศไทยในปัจจุบันเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง เนื่องจากความนิยมของผู้บริโภคมีมากขึ้น ทำให้ตลาดมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตแต่ละรายจึงได้นำเอากลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ มาใช้ในการแข่งขันกัน เพื่อให้สินค้าของตนมีส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปี 2538 มีมูลค่าตลาดประมาณ 4,800 ล้านบาท และยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกโดยเฉลี่ยแล้วร้อยละ 15-18 ต่อปี (นิรนาม , 2538 : 22)

#### 1. ส่วนแบ่งตลาด

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสามารถแบ่งส่วนตลาดโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ โดยแบ่งออกเป็น

#### 4 ระดับคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 ตลาดระดับล่าง สินค้าที่ขายในตลาดนี้ เป็นกะหมึกสำเร็จรูปที่มีราคาประมาณ 2-3 บาท ได้แก่ อ้าอ้าข้างน้อย มาม่าคุณหนู จ้าม้า เป็นต้น มีขนาดบรรจุประมาณ 30 กรัม โดยมีผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้บริโภคกลุ่มเด็กเล็กซึ่งตลาดระดับล่างนี้มีอยู่ประมาณร้อยละ 19 ของตลาดรวมทั้งหมด

1.2 ตลาดระดับกลาง สินค้าที่ขายในตลาดนี้ เป็นกะหมึกสำเร็จรูปบรรจุซองที่วางขายโดยทั่วไปในราคาประมาณ 4-5 บาท ได้แก่ มาม่ารสต้มยำกุ้ง อ้าอ้ารสหมูสับ ไวไวรสไก่ เป็นต้น ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของตลาดนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ตลาดระดับกลางนี้มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 63 ซึ่งถือว่ามีส่วนแบ่งมากที่สุด

1.3 ตลาดพรีเมียม กะหมึกสำเร็จรูปในตลาดนี้มีราคาค่อนข้างสูงคือ 6-14 บาท โดยอาจบรรจุในรูปซอง ถ้วยกระดาษหรือชามโพนัม และอาจจะเพิ่มคุณค่าทางอาหาร เช่น เนื้อไก่ เนื้อกุ้งและผักเข้าไป สินค้าในกลุ่มนี้ ได้แก่ สุมิ หมี่จิ้ง อ้าอ้าคัพนุดเดิล มาม่าคัพนุดเดิล เป็นต้น ผู้บริโภคกลุ่มนี้คือผู้บริโภคที่มีรายได้สูงและตลาดนี้มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 15 ของตลาดทั้งหมด

1.4 ตลาดซูปเปอร์พรีเมียม กะหมึกสำเร็จรูปในตลาดนี้ ส่วนใหญ่จะนำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาประมาณ 15 บาทขึ้นไป ผู้บริโภคกลุ่มนี้คือ กลุ่มลูกค้าต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย สัดส่วนของตลาดมีประมาณร้อยละ 3

## 2. ภาวะการนำเข้า

กะหมึกสำเร็จรูปที่นำเข้ามีจำนวนมากเป็นการนำเข้ามาเพื่อตอบสนองความต้องการของชาวต่างชาติที่อยู่ในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่จะนำเข้าจากญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง เป็นต้น และมีบริษัทผู้นำเข้ากะหมึกสำเร็จรูปจำนวน 5 รายด้วยกัน ดังตารางที่ 2

## 3. ภาวะการส่งออก

ภาวะการส่งออกกะหมึกสำเร็จรูปของไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากความต้องการการกะหมึกสำเร็จรูปในตลาดโลกมีการขยายตัว และไทยมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตทำให้สามารถผลิตไปแข่งกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกได้ ประกอบกับไทยมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำนี้ทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้มีต่างชาติสนใจมาร่วมทุนกับไทยทำการผลิตเพื่อส่งออกมากขึ้นและจากการที่บริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ของไต้หวันย้ายฐานการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเข้ามาในไทย เพื่อทำการผลิตเพื่อส่งออกจะทำให้ภาวะการส่งออกของไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้น

## ตารางที่ 2 บริษัทผู้นำเข้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

บริษัทผู้นำเข้า	ผลิตภัณฑ์
1. หจก. สूरเชษฐ์ส์โตร์	บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเมียวโจ้ซ่าเมลา
2. บริษัท โทเบซ่า จำกัด	บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรสอาหารทะเล รสกะหรี่
3. หจก. มิกะ	บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป รสซีอิ้ว (ตราอิโตเมน)
4. หจก. สूरศักดิ์อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ตคอมเมิร์ซ	บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป รสถั่วเหลือง (ตรามารูโด)
5. บริษัท กิจวัณนาอิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต จำกัด	ซีบโปโรอิจิบังซากิโตะบะ ซีบโปโรอิจิบังโตะซูราเม็น

ที่มา : (นิรนาม , 2535 : 5)

### กลยุทธ์ทางการตลาด

#### 1. ตัวผลิตภัณฑ์ (Product)

ผู้ผลิตพยายามสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เช่น การออกบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรสชาติใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น การปรับปรุงเครื่องปรุงรสโดยการเพิ่มเนื้อหมู กุ้งหรือผักอบแห้งเข้าไปด้วย นอกจากนี้มีการนำเอากลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ จากซองมาเป็นถ้วยโฟมหรือถ้วยกระดาษซึ่งสามารถนำเข้าเตาไมโครเวฟได้ด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกในการรับประทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

กลยุทธ์ด้านราคาที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายแต่ละรายนำมาใช้ในการแข่งขันในตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เช่น การใช้กลยุทธ์ราคาต่ำเพื่อเป็นการเจาะตลาดในช่วงแนะนำสินค้า เป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจที่จะทดลองรับประทาน

## 3. ช่องทางการจำหน่าย (Place)

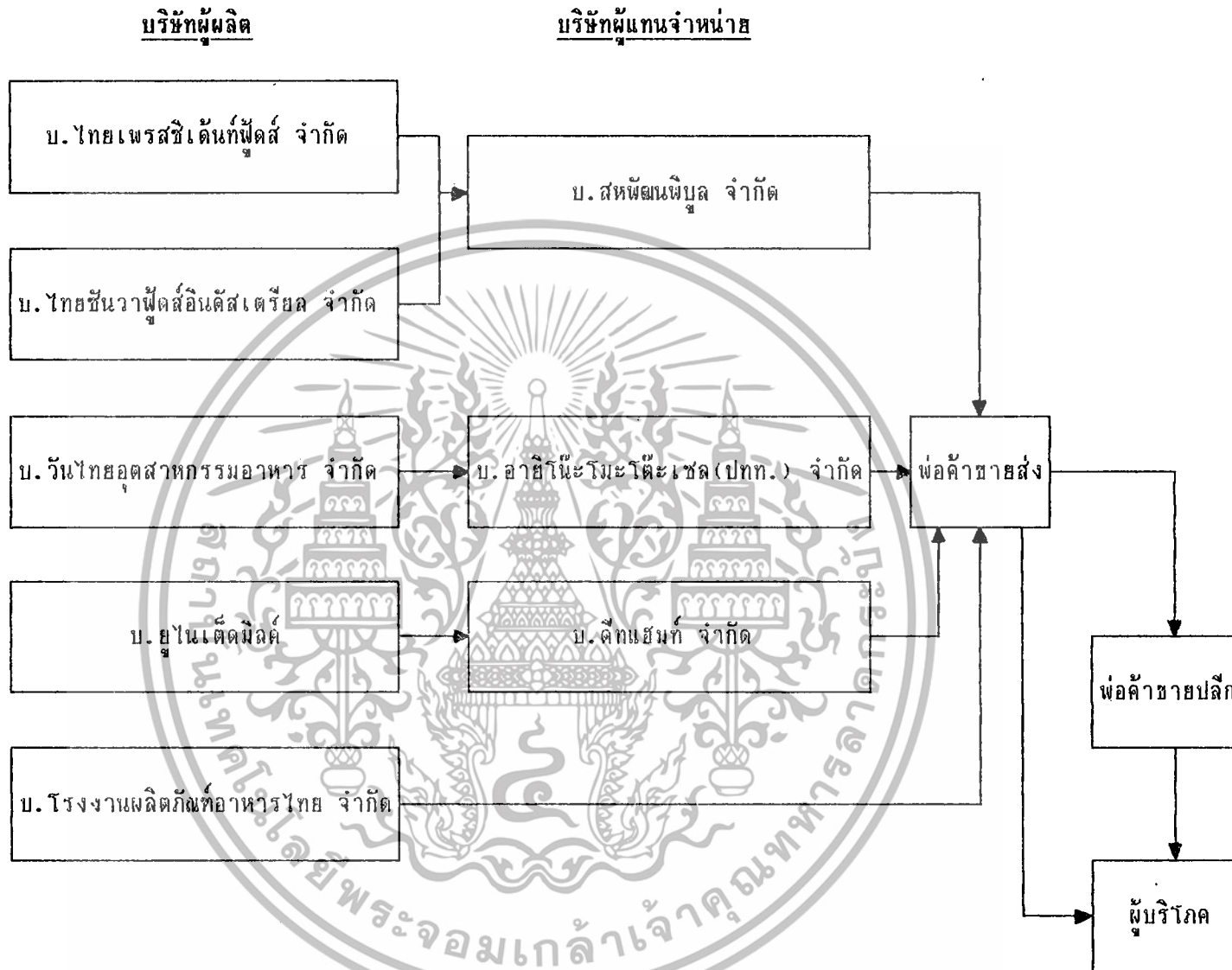
ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีตลาดทั้งภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการจำหน่ายสรุปได้เป็น 2 วิธีดังนี้คือ (ภาพที่ 2)

1. การจำหน่ายโดยผ่านตัวแทน สินค้าที่ผลิตได้จะถูกส่งตรงจากโรงงานผู้ผลิตไปยังบริษัทตัวแทนจำหน่ายไปยังพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก จนถึงผู้บริโภค และการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ นั้นบริษัทตัวแทนจำหน่ายจะเป็นผู้กำหนด เช่น บริษัท ไทยเพรสซิเด้นท์ฟู้ดส์ จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ ผู้ผลิตจะตั้งตัวแทนจำหน่ายขึ้นในต่างประเทศ เพื่อเป็นตัวแทนทางการค้าในการจำหน่ายสินค้าส่งออกได้อย่างทั่วถึง

2. การจำหน่ายโดยไม่ผ่านตัวแทน สินค้าที่ผลิตได้จะถูกส่งไปยังพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก จนถึงมือผู้บริโภคโดยไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่าย เช่น บริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด เป็นต้น

## 4. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายนี้ ได้แก่ การทุ่มโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะทางโทรทัศน์ พร้อมกับการตั้งสโลแกนให้เป็นที่ติดปาก เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นให้กับตัวสินค้า กลยุทธ์การแนะนำสินค้าใหม่โดยการจัดให้มีการชิมฟรีตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ และกลยุทธ์การชิงโชค โดยการส่งซองเปล่ามาร่วมชิงรางวัล เป็นต้น



ภาพที่ 2 แผนผังแสดงช่องทางจำหน่าย

ที่มา : (กองส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม)

## การแข่งขัน

เมื่อพิจารณาตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปโดยรวมแล้วจะเห็นได้ว่า แนวโน้มการขยายตัวยังมีอยู่ค่อนข้างสูง โดยมี "มาม่า" เป็นผู้นำทางการตลาด สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้มากถึง 70% รองลงมาคือ ยำยำ และไวไว แต่เมื่อพิจารณาตลาดในแต่ละระดับของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแล้วพบว่าตลาดระดับกลางซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดนั้น จะมีการแข่งขันกันสูงมาก กลยุทธ์การตลาดในรูปแบบต่าง ๆ จึงถูกนำมาใช้ในตลาดนี้มาก แต่อัตรากำไรขยายตัวของตลาดนี้ไม่สูงนัก เมื่อเทียบกับตลาดระดับพรีเมียมและซูเปอร์พรีเมียม ประกอบกับ มาม่า เป็นผู้นำอยู่ในตลาดระดับกลางจึงทำให้คู่แข่งรายอื่นยากที่จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดในตลาดระดับนี้ ส่วนตลาดระดับพรีเมียมและซูเปอร์พรีเมียมนั้น ถึงแม้ว่าจะเป็นตลาดขนาดเล็ก การแข่งขันไม่รุนแรง แต่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูง เนื่องจากพฤติกรรมในการบริโภคของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง ผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อสูงขึ้น ประกอบกับคู่แข่งในตลาดระดับนี้เพียงไม่กี่รายทำให้คู่แข่งรายใหม่ ๆ สนใจที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาดระดับนี้มากขึ้น ดังนั้นโอกาสในการขยายตัวของตลาดระดับนี้สูงมาก ส่วนตลาดระดับล่างผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายคือ เด็ก ผู้นำในตลาดนี้คือ ยำยำ ตลาดมีระดับไม่ใหญ่ ผู้แข่งขันในตลาดนี้ไม่กีราย การแข่งขันไม่ค่อสูง และอัตรากำไรขยายตัวของตลาดนี้ค่อนข้างน้อย

### ปัญหาการตลาด

1. ปัญหาการแข่งขันด้านราคาจำหน่าย แม้ว่าจะได้มีการแก้ไขปัญหาโดยความร่วมมือกันตั้งชมรมผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขึ้นมา แต่การขายตัดราคากันเองก็ยังไม่หมด เพียงแต่ภาวะการแข่งขันไม่รุนแรงเช่นแต่ก่อน ที่เป็นต้นเหตุเพราะว่า ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน เพราะเสื่อมคุณภาพ ผู้ผลิตแต่ละรายจึงจำเป็นต้องระบายสินค้าที่มีอยู่ในสต็อกออกจำหน่ายโดยเร็ว จึงหลีกเลี่ยงการตัดราคากันไม่พ้น
2. เสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสูง เนื่องจากเป็นสินค้าที่จำเป็นต้องผลิตยี่ห้อใหม่ ๆ ออกมาเรียกสร้างความสนใจ และดึงดูดผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เป็นที่แพร่หลาย จึงทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก
3. การขยายตลาดไปทางด้านชายแดน ทำได้ลำบากและมีอุปสรรคมาก ทั้งนี้เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพราะนโยบายทางการเมืองและการทหาร โดยถือว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นสินค้ายุทธปัจจัยอย่างหนึ่ง ทำให้การตลาดในพื้นที่ดังกล่าวไม่สามารถกระทำได้เท่าที่ควร

4. การส่งออกบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของไทย ใช้วิธีขนส่งทางเรือ แต่เนื่องจากธุรกิจการเดินเรือทะเลของไทยยังมีน้อย จึงต้องใช้เรือจากต่างประเทศเป็นพาหนะขนส่ง ซึ่งในบางครั้งมีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องเวลาของเรือที่เข้ามารับสินค้า หรือมีปัญหาทางด้านค่าระวางตลอดจนพื้นที่ระวางในเรือ ทำให้ต้องเสียเวลาในการเจรจาและรอคอยเรือ ซึ่งทำให้สินค้าจากประเทศไทยต้องเสียโอกาส และผู้ซื้อก็จะหันไปซื้อสินค้าจากประเทศอื่นแทน

#### ความช่วยเหลือของรัฐบาล

อุตสาหกรรมผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ได้เจริญเติบโตมาจนทุกวันนี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นเพราะความรู้ความสามารถของฝ่ายเอกชนเป็นส่วนใหญ่ ทางภาครัฐบาลเป็นแต่เพียงอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่าง ๆ เท่าที่จำเป็น เพราะอุตสาหกรรมนี้เอกชนสามารถประกอบกิจการโดยลำพังได้ โดยใช้เงินทุนไม่มากนัก และการใช้เทคโนโลยีก็ไม่สูงมาก อย่างไรก็ตามความช่วยเหลือของรัฐที่ทำให้แก่อุตสาหกรรมนี้อยู่บ้างคือ

1. ให้การส่งเสริมการลงทุน เพื่อให้อุตสาหกรรมนี้ได้รับสิทธิและประโยชน์บางประการในระยะเวลาหนึ่งซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลง อันจะเป็นผลดีต่อการส่งออกไปแข่งขันในต่างประเทศ

2. ลดหย่อนภาษีการค้า ให้ผู้ผลิตวัตถุดิบที่จำหน่ายวัตถุดิบให้ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจากอัตราร้อยละ 7 ลงเหลือร้อยละ 1.5 ซึ่งมีผลทำให้วัตถุดิบที่สำคัญ ๆ มีราคาถูกลง เช่น แป้งสาลี น้ำมันปาล์ม เป็นต้น เป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตให้แก่ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

3. ทางราชการได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อควบคุมคุณภาพและมาตรฐานอาหารกึ่งสำเร็จรูปประเภทบะหมี่ไว้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้บริโภคได้อย่างปลอดภัย ซึ่งเป็นผลดีที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือทางด้านคุณภาพ และความปลอดภัย อันเป็นผลให้การขยายตลาดปราศจากอุปสรรค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แนวโน้มในอนาคต

อุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีสูงขึ้นทั้งภายในและต่างประเทศ ประกอบกับไทยมีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าประเทศคู่แข่งอื่น พร้อมทั้งมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ไทยสามารถผลิตและนำไปจำหน่ายแข่งกับคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาดโลกได้มากขึ้น ดังนั้นแนวโน้มของอุตสาหกรรมจึงอาจเปลี่ยนแปลงการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ กลายเป็นการผลิตเพื่อส่งออกมาเพิ่มขึ้นในอนาคตได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้

**ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า**

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาถึง พฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบยกกลุ่ม (Cluster Random Sampling) แบ่งตามเขตที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคจำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตมีนบุรี เขตบางกะปิ เขตบึงกุ่ม เขตลาดพร้าว เขตห้วยขวาง และเขตพระโขนง จากนั้นทำการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เลือกประชากรเขตละ 15 คน รวมทั้งหมด 120 ตัวอย่าง ซึ่งศึกษาโดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ตอนที่ 2 พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และตอนที่ 3 ทศแคล์ของผู้บริโภคที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

จากการศึกษาทางด้านข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้ศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครัวเรือน อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานที่พักอาศัย โดยการแจกแจงความถี่ พร้อมทั้งปรับให้อยู่ในรูปร้อยละ ปรากฏผลการศึกษาดังนี้

เพศ

จากประชากรตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 120 ตัวอย่าง พบว่า เป็นเพศชายจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 และเป็นเพศหญิงจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 41.33 (ตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตารางที่ 3 เพศของผู้บริโภค

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	51	42.50
หญิง	69	57.50
รวม	120	100.00

### อายุ

ผลการศึกษา พบว่า ช่วงอายุผู้บริโภคที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 15 - 25 ปี มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.83 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 26 - 35 ปี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อาจเป็นเพราะ ทั้งสองช่วงอายุจะเป็นวัยเรียนและวัยทำงานตามลำดับ ซึ่งจะไม่ค่อยมีเวลาในการประกอบอาหารมากนัก ชอบความสะดวกเร็ว สะดวกสบาย จึงนิยมบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากกว่าในวัยอื่น ส่วนช่วงอายุของผู้บริโภค ที่มีน้อยที่สุด คือ ช่วงอายุน้อยกว่า 15 ปี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 เนื่องจากเป็นวัยกำลังเจริญเติบโต ต้องการสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายมากจึงไม่ค่อยนิยมรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป (ตารางที่ 4)

### สถานภาพสมรส

จากการศึกษาสถานภาพสมรสของผู้บริโภค พบว่า สถานภาพโสดมีมากที่สุด คือมีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 70.83 อาจเป็นเพราะ อยู่คนเดียว จึงไม่ค่อยมีทัศนคติในการประกอบอาหารมากนักรับประทานอะไรที่ง่าย ๆ สะดวกสบาย บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจึงเป็นทางเลือกที่ดี รองลงมา ได้แก่ สมรสแล้ว มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 สถานภาพหม้าย มีน้อยที่สุด คือมีจำนวนเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.34 เท่านั้น (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 ระดับอายุของผู้บริโภค

ระดับอายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 ปี	5	4.17
15 - 25 ปี	67	55.83
26 - 35 ปี	24	20.00
36 - 45 ปี	11	9.17
46 ปีขึ้นไป	13	10.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 5 สถานภาพสมรสของผู้บริโภค

สถานภาพสมรส	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	85	70.83
สมรส	25	20.83
แยกกันอยู่	6	5.00
หย่า	4	3.34
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## อาชีพ

จากการศึกษาอาชีพของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.83 อาจเพราะเป็นช่วงวัยรุ่นที่นิยมความสะดวกรวดเร็วในการรับประทานอาหารเช้า จึงนิยมบริโภคขนมปังสำเร็จรูป ที่จัดได้ว่าเป็น FAST FOOD ภายในบ้าน อาชีพที่มากรองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน และรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 9.17 ตามลำดับ น้อยที่สุดได้แก่ รับจ้างและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 5 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 อาชีพของผู้บริโภค

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	67	55.83
บริษัทเอกชน/ห้างร้าน	15	12.50
รับราชการ	11	9.17
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	8	6.67
แม่บ้าน	7	5.83
รัฐวิสาหกิจ	6	5.00
รับจ้าง	6	5.00
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ระดับการศึกษา (กำลังศึกษา)

จากการศึกษาระดับการศึกษาสำหรับผู้กำลังศึกษา พบว่า ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีมากที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 79.10 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94 ส่วนระดับการศึกษาอื่น ๆ มีจำนวนใกล้เคียงกันและมีจำนวนน้อย (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ระดับการศึกษาของผู้บริโภค (กำลังศึกษา)

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	1.49
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.99
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	8	11.94
อนุปริญญา/ปวส.	2	2.99
ปริญญาตรี	53	79.10
สูงกว่าปริญญาตรี	1	1.49
รวม	67	100.00

### ระดับการศึกษา (จบการศึกษา)

จากจำนวนผู้ที่จบการศึกษาระดับต่าง ๆ พบว่า ผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีมากที่สุด คือ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 43.40 รองลงมาในระดับที่ใกล้เคียงกัน คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 11 และ 10 คน คิดเป็นร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20.75 และ 18.87 ตามลำดับ สำหรับที่น้อยที่สุด คือ ผู้ที่จบการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น มีเพียง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.77 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ระดับการศึกษาของผู้บริโภค (จบการศึกษา)

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	4	7.55
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	3.77
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	11	20.76
อนุปริญญา/ปวส.	10	18.87
ปริญญาตรี	23	43.40
สูงกว่าปริญญาตรี	4	7.55
รวม	53	100.00

#### รายได้

จากการศึกษาระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.33 อาจเนื่องมาจาก ระดับรายได้ดังกล่าวเป็นระดับรายได้ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคสะท้อนถึงสำเร็จรูปที่คำนึงถึงความประหยัดในการบริโภค (ตารางที่ 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### สถานที่พักอาศัย

จากการศึกษาสถานที่ที่ผู้บริโภคมักพักอาศัย พบว่า ส่วนใหญ่จะพักอาศัยอยู่ ทาวน์เฮ้าส์ มากที่สุด มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ซึ่งใกล้เคียงกับจำนวนผู้ที่พักอาศัยอยู่บ้านเดี่ยว คือมีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.83 รองลงมาคือ ตึกแถว/อาคารพาณิชย์มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 (ตารางที่ 10)

### ตารางที่ 9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	58	48.33
5,000 - 10,000 บาท	25	20.83
10,001 - 15,000 บาท	19	15.83
15,001 - 20,000 บาท	7	5.83
20,001 - 25,000 บาท	4	3.33
มากกว่า 25,000 บาท	7	5.83
รวม	120	100.00

### จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนสมาชิก 1-5 คน มีมากที่สุด คือมีจำนวนถึง 90 คน คิดเป็นร้อยละ 75 อาจเป็นเพราะครอบครัวในเขตกรุงเทพมหานครส่วนมากเป็นครอบครัวเดี่ยวซึ่งมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนในจำนวนดังกล่าว รองลงมา คือ 6-10 คน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ที่น้อยที่สุดคือ 11 คนขึ้นไป มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 สถานที่ที่ผู้บริโภคนักอาศัยอยู่

สถานที่พักอาศัย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ทาวน์เฮ้าส์	33	27.50
บ้านเดี่ยว	31	25.83
ตึกแถว/อาคารพาณิชย์	20	16.67
คอนโดมิเนียม	11	9.17
แฟลต/อพาร์ทเมนท์	11	9.17
หอพัก	11	9.17
อื่น ๆ	3	2.51
รวม	120	100.00

หมายเหตุ อื่น ๆ หมายถึง ชุมชนแออัด

ตารางที่ 11 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 - 5 คน	90	75.00
6 - 10 คน	27	22.50
11 คนขึ้นไป	3	2.50
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารโรค

### รูปแบบการบริหารโรค

ลักษณะคำถามเรื่องรูปแบบการบริหารโรคนี้เป็นคำถามแบบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากการศึกษพบว่า ผู้บริหารส่วนใหญ่จะเลือกตอบ 2 ข้อ คือ ชงหรือต้มกับน้ำร้อนและผัดหรือปรุง เป็นอาหารอย่างอื่นแต่โดยสรุปแล้ว การบริหารโรคแบบชงหรือต้มกับน้ำร้อนมีจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 42.32 เนื่องจากได้รสชาติและสะดวกกว่าวิธีอื่น รองลงมา คือ วิธีผัดหรือปรุงเป็นอาหารอย่างอื่น มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 33.71 และรับประทานแห้ง ๆ มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 23.97 (ตารางที่ 12)

### มือของการบริหารโรค

จากการศึกษามือของการบริหารโรคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป พบว่า ผู้บริหารส่วนใหญ่บริหารโรคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารว่าง มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ซึ่งใกล้เคียงกับมือเย็น มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือมือกลางวัน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนที่น้อยที่สุดคือ บริโภคไม่แน่นอน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 13)

### รสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

จากการศึกษารสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ผู้บริหารชอบมากที่สุด พบว่า ผู้บริหารชอบบริหารโรค รสต้มยำกึ่ง มากที่สุด คือ มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมา คือ รสหมูสับ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และมีผู้บริหารที่ชอบรสเปิดต้น รสเอ็นตาโพ รสเบ็ดมะลี้ รสน้ำใส และรสไก่ ใกล้เคียงกันคือ ไม่เกินร้อยละ 5 (ตารางที่ 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 รูปแบบการบริโภคขนมปังสำเร็จรูป 1/

รูปแบบการบริโภค	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
ซังหรือต้มกับน้ำร้อน	113	42.32
ผัดหรือปรุงเป็นอาหารอย่างอื่น	90	33.71
รับประทานแห้ง ๆ	64	23.97

หมายเหตุ 1/ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 13 <sup>๕</sup> มื้อของการบริโภคขนมปังสำเร็จรูป

มื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เช้า	4	3.34
กลางวัน	24	20.00
เย็น	40	33.33
ดึก	7	5.83
รับประทานเป็นอาหารว่าง	42	35.00
ไม่แน่นอน	3	2.50
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 รสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่เลือกบริโภค

รส	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต้มยำกุ้ง	55	45.83
หมูสับ	40	33.33
เปิดต้น	6	5.00
เส้นตาโฟ	5	4.17
เปิดพะวี่	4	3.33
น้ำใส	4	3.33
ชูเนอ	2	2.52
ไก่	1	0.83
เห็ดหอม	1	0.83
เจ	1	0.83
รวม	120	100.00

ผู้ซื้อ

จากการศึกษาผู้ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป พบว่า ผู้บริโภคจะเป็นผู้ซื้อด้วยตนเองมากที่สุด คือ มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 เนื่องจาก บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสามารถหาซื้อได้ง่าย และราคาถูก ผู้บริโภคจึงพอใจที่จะซื้อด้วยตนเอง เพราะสามารถเลือกประเภทที่ตนเองชอบได้ รองลงมา คือ บิดา/มารดา เป็นผู้ซื้อ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และบุตรเป็นผู้ซื้อ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 (ตารางที่ 15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 ผู้ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ผู้ซื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตนเอง	75	62.50
บิดา/มารดา	18	15.00
บุตร	10	8.33
ญาติ	8	6.67
สามี/ภรรยา	7	5.84
คนรับใช้	1	0.83
เพื่อน	1	0.83
รวม	120	100.00

รูปแบบการบรรจุหีบห่อที่เลือกบริโภค

ในการสอบถามถึงรูปแบบการบรรจุหีบห่อที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคนั้น ทุกหัวเรื่องจะมีคำถามเปิด เป็นการถามถึงเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกเช่นนั้น โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคจะเลือกแบบซองมากที่สุด คือมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ส่วนแบบถ้วยพลาสติกและแบบซามโฝมนี้มีจำนวนเท่ากัน คือ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10 เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคแบบซองมากที่สุด เพราะ ความสะดวก ราคาไม่แพง และไม่นิยมเลือกบริโภคแบบถ้วยพลาสติก หรือซามโฝม เพราะย่อยสลายได้ยาก ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่วนสาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคแบบซามโฝมหรือแบบถ้วยพลาสติก เพราะ สะดวก รับประทานได้ทันที มีเนื้อและผักใส่มาทั้งหีบห่อด้วย (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 รูปแบบการบรรจุหีบห่อที่เลือกบริโภค

รูปแบบการบรรจุหีบห่อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แบบซอง	96	80.00
แบบถ้วยพลาสติก	12	10.00
แบบชามโพน	12	10.00
รวม	120	100.00

ปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

จากการศึกษาถึงปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อต่ำกว่า 10 ซอง/ถ้วย มีมากที่สุด คือมีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 อาจเนื่องมาจาก บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไม่ใช่อาหารหลักที่จำเป็นต้องบริโภคทุกวัน และมีคุณค่าทางอาหารน้อย ปริมาณการซื้อรองลงมา คือ 10 - 15 ซอง/ถ้วย มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ปริมาณการซื้อ 16 - 20 ซอง/ถ้วย มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และปริมาณการซื้อที่มากกว่า 20 ซอง/ถ้วยขึ้นไป มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5 (ตารางที่ 17)

สถานที่ซื้อ

จากการศึกษาถึงสถานที่ซื้อ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาจาก ซุปเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุดมีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 39.07 อาจเป็นเพราะมีสินค้าให้เลือกได้หลากหลาย รองลงมาคือร้านค้าปลีก มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 34.42 อาจเป็นเพราะสะดวกในการซื้อและใกล้บ้าน ส่วนร้านค้าส่งจะมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.58 อาจเนื่องมาจากร้านค้าส่งจะขายสินค้าที่ละมาก ๆ ซึ่งผู้บริโภครายย่อยไม่นิยมซื้อ (ตารางที่ 18) เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ปริมาณการซื้ออะไหล่ถึงสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน

ปริมาณการซื้อเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ซอง/ถ้วย	70	58.33
10 - 15 ซอง/ถ้วย	36	30.00
16 - 20 ซอง/ถ้วย	8	6.67
มากกว่า 20 ซอง/ถ้วยขึ้นไป	6	5.00
รวม	120	100.00

ตารางที่ 18 สถานที่ซื้ออะไหล่ถึงสำเร็จรูป 1/

สถานที่ซื้อ	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
ซูเปอร์มาร์เก็ต	84	39.07
ร้านค้าปลีก	74	34.42
มินิมาร์ท	45	20.93
ร้านค้าส่ง	12	5.58

หมายเหตุ 1/ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ชื่อหอที่ผู้บริโภคลือกบริโภค

จากการศึกษาชื่อหอที่ผู้บริโภคลือกบริโภค พบว่า มาม่า เป็นชื่อหอที่มีผู้นิยมมากที่สุด มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 35.20 อาจเนื่องมาจาก มาม่าเป็นชื่อหอที่เข้าตลาดในช่วงต้น ๆ ทำให้ผู้บริโภคลือกบริโภค และนิยมลือกบริโภคมาก รองลงมาคือ ซ้ำซ่า มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.09 ส่วนชื่อหอ ไวไว มีจำนวนใกล้เคียงกับ ซ้ำซ่า คือมีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 นอกจากนั้นยังมี เม็ชวโจซันมีช หมูลับ กุ้งกึ่ง ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันที่ 22 21 และ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.24 6.91 และ 6.58 ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

### ตารางที่ 19 ชื่อหอที่ผู้บริโภคลือก 1/

ชื่อหอ	จำนวน(ค่าตอบ)	ร้อยละ
มาม่า	107	35.20
ซ้ำซ่า	55	18.09
ไวไว	48	15.79
เม็ชวโจซันมีช	22	7.24
หมูลับ	21	6.91
กุ้งกึ่ง	20	6.58
คัพไนด์เตล	11	3.62
อุมี่	8	2.63
ไนด์เตลตี	8	2.63
อื่น ๆ	4	1.31

หมายเหตุ 1/ ลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

อื่น ๆ หมายถึง ชื่อหอ เม็ชวโจราเมน หมูจิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### เหตุผลในการเลือกบริโภค

จากการศึกษาถึงเหตุผลในการเลือกบริโภค พบว่า เหตุผลในการเลือกบริโภคขนมปังสำเร็จรูป เพราะ ความสะดวกในการรับประทาน มีจำนวนมากที่สุด คือ 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.13 รองลงมาเป็นเพราะ ราคาไม่แพง และหาซื้อง่าย มีจำนวน 65 และ 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.31 และ 20 ตามลำดับ เป็นเพราะเชื่อถือในตราสัญลักษณ์ที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.33 เท่านั้น (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 เหตุผลในการเลือกบริโภคขนมปังสำเร็จรูป 1/

เหตุผล	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
สะดวกในการรับประทาน	98	32.13
ราคาไม่แพง	65	21.31
หาซื้อง่าย	61	20.00
รสชาติดี	41	13.44
ความเคี้ยว	20	6.56
โฆษณาจริงใจ	9	2.95
การลด, แลก, แจก, แถม	4	1.31
อื่น ๆ	6	1.97
เชื่อถือในตราสัญลักษณ์	1	0.33

หมายเหตุ 1/ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ หมายถึง ไม่สะดวกในการบริโภคอาหารอย่างอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### สื่อโฆษณาที่พบเห็นมากที่สุด

จากการศึกษาถึงสื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคมพบเห็นมากที่สุด พบว่า โทรทัศน์เป็นสื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคมพบเห็นมากที่สุด มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 80.83 สื่อโฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ส่วนสื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และเพื่อน/ญาติแนะนำ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 5 5 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 4.17 และ 3.33 ตามลำดับ สื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคมไม่พบเห็นเลยคือ สื่อทางโรงภาพยนตร์ และใบปลิว/แผ่นพับ จะเห็นได้ว่า ฝ่ายผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย จะเน้นการโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด เพราะสื่อทางโทรทัศน์ เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคมมากที่สุด มีทั้งภาพและเสียง สามารถเข้าใจสินค้าได้เป็นอย่างดี (ตารางที่ 21)

### ตารางที่ 21 สื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคมพบเห็นมากที่สุด

สื่อโฆษณา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	97	80.83
วิทยุ	8	6.67
หนังสือพิมพ์	5	4.17
นิตยสาร/วารสาร	5	4.17
เพื่อน/ญาติแนะนำ	4	3.33
ป้ายโฆษณา	1	0.83
โรงภาพยนตร์	0	0.00
ใบปลิว/แผ่นพับ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>100.00</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 3 กัสนคติของผู้บริโภค

#### การพบปัญหาในเบหมีกึ่งสำเร็จรูป

จากการศึกษาถึงการพบปัญหาในเบหมีกึ่งสำเร็จรูป พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะไม่พบปัญหา ซึ่งมีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และพบปัญหา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30 (ตารางที่ 22)

#### ตารางที่ 22 การพบปัญหาในเบหมีกึ่งสำเร็จรูป

การพบปัญหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่พบ	84	70.00
พบ	36	30.00
รวม	120	100.00

#### ปัญหาที่พบในเบหมีกึ่งสำเร็จรูป

จากการศึกษา ปัญหาที่ผู้บริโภคพบมากที่สุด คือ รสชาติไม่ถูกปาก มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 40.63 รองลงมา คือปัญหามีสิ่งเจือปน มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 23.44 ส่วนปัญหาอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคพบ ได้แก่ การใส่ผงชูรสมากเกินไป ไม่มีสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ส่วนปัญหาที่พบน้อยที่สุด คือ อาหารหมดอายุ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56 เท่านั้น (ตารางที่ 23)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 ปัญหาที่ผู้บริโภคมพบในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป 1/

ปัญหา	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
รสชาติไม่ถูกปาก	26	40.63
มีสิ่งเจือปน	15	23.44
ราคาไม่เหมาะสม	10	15.63
อื่น ๆ	8	12.50
มีให้เลือกน้อยประเภท	2	3.13
มีอาการแพ้หลังการบริโภค	2	3.13
อาหารหมดอายุ	1	1.56

หมายเหตุ 1/ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
อื่น ๆ หมายถึง ไม่มีสารอาหารที่จำเป็น ในผงชูรสมากเกินไป

การเลือกบริโภคหลังพบปัญหา

จากการศึกษาถึงการเลือกบริโภคหลังพบปัญหาในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป พบว่า ผู้บริโภคจะบริโภคลดลงมากที่สุด มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาจะเปลี่ยนยี่ห้อบริโภคมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 24.99 (ตารางที่ 24)

ความคิดเห็นต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่า ความสะดวกในการบริโภค ความสะอาด ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ หีบห่อ และสถานที่จำหน่ายของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อยู่ในขั้นดี ส่วนราคา คุณภาพ รสชาติ วันหมดอายุและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การลด แลก แจก แถมของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปอยู่ขึ้นพอใช้ ส่วนการโฆษณาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าอยู่ในขั้นดี และ พอใช้ มีจำนวนใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 24 การเลือกบริโภคหลังพบปัญหา

การเลือกบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
บริโภคลดลง	15	41.87
เปลี่ยนยี่ห้อบริโภค	9	24.99
บริโภคตามปกติ	6	16.67
เลิกบริโภค	6	16.67
รวม	36	100.00

ข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุง

ในการสอบถามผู้บริโภค ถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ต้องการให้ปรับปรุง เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายได้พิจารณาโดยการตั้งคำถามเปิด เพื่อให้เสนอแนวความคิดได้อย่างเต็มที่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคได้เสนอแนวความคิดต่าง ๆ กันออกไป ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ ไม่ควรใส่ผงชูรสเพื่อแต่งเติมรสชาติและสารกันบูดมากเกินไปเพราะอาจเป็นอันตรายได้ หากบริโภคเข้าไปมาก ควรปรับปรุงบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปให้มีสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายเพิ่มมากขึ้นโดยการใส่เนื้อต่าง ๆ และผักลงไปด้วย ควรเน้นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อมากขึ้น ควรบรรจุหีบห่อและปรับปรุงให้สวยงามเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์แบบข้ามโพนและถ้วยพลาสติกมีราคาแพงเกินไป ควรลดราคาให้ถูกลงกว่านี้ โดยการลดต้นทุนการผลิตในด้านต่าง ๆ ลง อีกทั้งผลิตภัณฑ์ทั้งสองแบบนี้ยังย่อยสลายได้ยาก ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความมา และสุดท้าย ควรเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นโดยการเพิ่มความเหนียวนุ่มของเส้นให้น่ารับประทาน เพิ่มความใหม่ของผลิตภัณฑ์โดยไม่เก็บไว้นานเกินไปก่อนออกจำหน่าย ควรปรับปรุงรสชาติให้ถูกใจผู้บริโภคมากขึ้น และควรแถมอุปกรณ์ในการบริโภคให้ครบครันเพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับประทาน

ตารางที่ 25 ความคิดเห็นต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

(หน่วย : ร้อยละ)

ความคิดเห็น	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง	รวม
ความสะดวกในการบริโภค	87.67	11.67	1.66	100.00
ความสะอาด	61.67	36.67	1.66	100.00
ราคา	37.50	60.34	1.66	100.00
คุณภาพ	21.67	65.83	12.50	100.00
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	59.17	37.50	3.33	100.00
รสชาติ	39.17	52.33	7.50	100.00
หีบห่อ	50.00	40.83	9.17	100.00
สถานที่จำหน่าย	63.33	33.33	3.34	100.00
วันหมดอายุ	35.00	50.00	15.00	100.00
การโฆษณา	48.33	47.50	4.17	100.00
การลด แลก แจก แถม	19.17	74.17	6.66	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สรุปและข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคขนมถึงสำเร็จรูป ซึ่งสุ่มตัวอย่างจาก ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 120 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ คือ

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีช่วงอายุระหว่าง 15-25 ปี รองลงมาคือ 26-35 ปี มีสถานภาพโสด อยู่ในวัยนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาทำงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน ส่วนใหญ่กำลังศึกษาและจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท รองลงมาคือ 5,000-10,000 บาท ฝึกอาศัยอยู่ตามเช่าและบ้านเดี่ยว มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-5 คน

#### พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรบริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเคยรับประทานขนมถึงสำเร็จรูปทั้ง 3 แบบคือ ชงหรือต้มกับน้ำร้อน ผัดหรือปรุงเป็นอาหารอย่างอื่น และรับประทานแห้ง ๆ ซึ่งผู้บริโภคจะเลือกแบบชงหรือต้มกับน้ำร้อนมากที่สุด เพราะความสะดวกและได้รสชาติมากกว่าแบบอื่น โดยผู้บริโภคจะรับประทานเป็นอาหารว่างและรับประทานในมือเย็น รสต้มชงจะเป็นรสที่นิยมมากที่สุด ร้อยละ 45.83 รองลงมาคือรสหมูสับ ร้อยละ 33.33 ผู้บริโภคจะเป็นผู้ซื้อมารับประทานเอง เนื่องจากเป็นสินค้าที่ทำซื้อง่าย ราคาถูก และสามารถเลือกแบบที่ตนเองชอบได้ โดยผู้บริโภคจะเลือกบริโภคแบบชงถึง ร้อยละ 80 เพราะราคาไม่แพงและไม่นิยมบริโภคแบบชามโหมหรือถ้วยพลาสติกที่ย่อยสลายได้ยาก ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่จะมีปริมาณซื้อเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10 ซอง/ถ้วย มีร้อยละ 58.33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพราะขนมปังสำเร็จรูปไม่ใช่อาหารหลักที่จำเป็นจะต้องบริโภคทุกวัน ผู้บริโภคจะซื้อขนมปังสำเร็จรูปจากซูเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุดร้อยละ 39.07 เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย รองลงมาคือ ร้านค้าปลีก ร้อยละ 34.42 เนื่องจากสะดวกและใกล้บ้าน ยี่ห้อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ นาม่า มีร้อยละ 35.20 รองลงมาคือ ฮ่าฮ่าและไวไว ร้อยละ 18.09 และ 15.79 ตามลำดับ เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคขนมปังสำเร็จรูป เพราะสะดวกในการรับประทาน ร้อยละ 32.13 รองลงมา เพราะราคาไม่แพงและหาซื้อง่าย ร้อยละ 21.31 และ 20 ตามลำดับ และผู้บริโภคจะพบเห็นขนมปังสำเร็จรูปทางโทรทัศน์มากที่สุด ถึงร้อยละ 80.83 เนื่องจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย จะเน้นการโฆษณาทางโทรทัศน์ ที่เป็นสื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด อีกทั้งยังมีภาพและเสียงที่สามารถทำให้เข้าใจถึงสินค้าได้เป็นอย่างดี

#### ทัศนคติของผู้บริโภค

ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะไม่พบปัญหาในการบริโภคขนมปังสำเร็จรูป ถึงร้อยละ 70 ส่วนที่พบปัญหาที่พบบ่อยที่สุดเกี่ยวกับรสชาติไม่ถูกปาก ร้อยละ 40.63 รองลงมาคือ ฝังเง็บ ร้อยละ 23.44 แล้วเมื่อพบปัญหาจะบริโภคลดลงร้อยละ 41.67 และจะเปลี่ยนยี่ห้อบริโภค ร้อยละ 24.99 สำหรับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อขนมปังสำเร็จรูปในปัจจุบัน เห็นว่า ความสะดวกในการบริโภค ความสะอาด ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รสชาติ หีบห่อ และสถานที่จำหน่ายอยู่ในชั้นดี ส่วน ราคา คุณภาพ รสชาติ วันหมดอายุ และการลด แลก แจก แถม ฝังอยู่ในชั้นพอใช้เท่านั้น ส่วนการโฆษณา ผู้บริโภคเห็นว่าอยู่ในชั้นดี และพอใช้ใกล้เคียงกัน

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในเรื่องนี้ ขอสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภค

1. ควรปรับปรุงขนมปังสำเร็จรูปให้มีคุณค่าทางอาหารมากขึ้นโดยการเติมเนื้อและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝึกฝนไปด้วย ควรลดปริมาณสารกัมมันตและผงชูรสให้น้อยลง และควรปรับปรุงรสชาติ ความเหนียว นุ่มของเส้นให้น่ารับประทานมากยิ่งขึ้น

2. ควรเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกมากขึ้น ควรมี การบรรจุหีบห่อให้สวยงามเพื่อดึงดูดใจ และเพิ่มความใหม่ของผลิตภัณฑ์ โดยไม่เก็บไว้นานเกินไป ก่อนนำออกจำหน่าย

3. ะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่บรรจุหีบห่อแบบขามโพนและถ้วยพลาสติก ควรลดราคาให้ถูกลงกว่านี้ โดยการลดต้นทุนในด้านต่างลง ๆ และควรทำให้ขามโพนหรือถ้วยพลาสติกสามารถย่อยสลายได้ง่ายขึ้นโดยไม่เป็นปัญหากับสิ่งแวดล้อม

### ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. ด้านวัตถุดิบ รัฐควรส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบที่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน มี ปริมาณที่เพียงพอ และอยู่ในราคาพอสมควร เพื่อให้ผู้ผลิตะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสามารถซื้อวัตถุดิบภายในประเทศได้ เช่น แป้งสาลี น้ำมันปาล์ม กระจกานแก้วที่ใช้ทำหีบห่อ เป็นต้น

2. เนื่องจากการทำงานของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ต้องดำเนินการติดต่อกัน ตลอดเวลา ทำให้เกิดการชำรุดเสียหายเร็ว และชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ก็จำเป็นต้องสั่งซื้อเข้ามาทั้งหมดค่อนข้างสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง หากได้มีการลดหย่อนอากรขาเข้าก็จะเป็นการช่วยผู้ผลิตได้ทางหนึ่ง

3. หน่วยงานของรัฐควรจัดตั้งศูนย์กลางเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเทคนิคการผลิตใหม่ ๆ ให้ผู้ประกอบการได้ทราบเป็นการทั่วไป ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ เพื่อเป็นการลดการพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศลง

4. รัฐควรส่งเสริมและหาทางผ่อนปรนให้มีการส่งออกให้มากขึ้นเช่น การปรับอัตราเงินชดเชยให้สูงขึ้นเพื่อจูงใจให้มีการส่งออก ช่วยจัดหาแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศในราคาถูก เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ในด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ควรได้มีการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบบางประการที่ไม่จำเป็น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในทางปฏิบัติของบริษัทผู้ผลิต และควรติดตามตรวจสอบเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานโดยสม่ำเสมอทุกบริษัท เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของไทยให้เป็นที่น่าเชื่อถือ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เอกสารอ้างอิง

กองสนเทศอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม . 2527

รายงานการศึกษาอุตสาหกรรมเฉพาะประเภทขนมกึ่งสำเร็จรูป .

ดำรงค์ วิวัฒนาไพบูรณ์ลาภ . 2525 . ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อขนมกึ่งสำเร็จรูป . กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยนิพนธ์ปริญญาโท , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

นิรนาม . 2532 ก . "อาหารไฮ้เทคโนโลยีของอาหารกึ่งสำเร็จที่เป็นธุรกิจพื้นล้าน" .

พบโลก . 2(19 พ.ค. 2532) : น. 93-96 .

\_\_\_\_\_ . 2532 ข . "ขนมกึ่งสำเร็จรูปฮิตติดตลาดเมื่อ 30 ปีก่อน" . จากญี่ปุ่น .

1(มกราคม 2532) : น. 18-19 .

\_\_\_\_\_ . 2535 . "ขนมกึ่งสำเร็จรูป" . ผู้จัดการ . (6 พฤศจิกายน 2535) :

น. 4-5 .

\_\_\_\_\_ . 2538 ก . "มาม่าเร่งผลิตสู้ต้นทุนแพง" . คู่แข่ง . (20-26 กุมภาพันธ์

2538) : น. 24 .

\_\_\_\_\_ . 2538 ข . "ขนมฯ4พันล้านกระหึ่มหันมาเล่นเกมเพิ่มมาร์จิน" . คู่แข่ง .

(3 สิงหาคม 2538) : น. 13 .

\_\_\_\_\_ . 2538 ค . "มาม่าโอดลงอาหารจานด่วนประเดิมรสชาติคอสถิงเนื้อ-น้ำ" .

ประชาชาติธุรกิจ . (12-15 กุมภาพันธ์ 2538) : น. 13 .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดวน เสวตมาลย์ . 2526 . ความปลอดภัยในการบริโภคอาหารกิ่งสำเร็จรูป .

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม , สำนักงาน . มาตรฐานผลิตภัณฑ์  
อุตสาหกรรมบะหมี่กิ่งสำเร็จรูป . 2533 . กรุงเทพมหานคร .

สุวีรัตน์ ลำธารทอง . 2534 . ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กิ่งสำเร็จรูปของนัก

ศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร . กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ ,

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

อรอนงค์ นิชวิกุล . 2532 . ข้าวสาลี . กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาวิทยาศาสตร์และ

เทคโนโลยีอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

1. ขอบข่าย

1.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่กำหนด ประเภท ส่วนประกอบ คุณสมบัติที่ต้องการ วัตถุดิบอาหาร สัญลักษณ์ ภาชนะบรรจุ ปริมาณ เครื่องหมายและฉลาก การชั่งตวงอย่างและเกณฑ์ตัดสิน การตรวจสอบและการวิเคราะห์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

2. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

2.1 เส้นบะหมี่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเส้น ซึ่งทำจากแป้งสาลีหรือแป้งสาลีผสมแป้งชนิดอื่นที่อาจใช้ได้บางส่วน และอาจผสมไข่ลงไปด้วยก็ได้

2.2 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยเส้นบะหมี่ที่ทำให้สุกแล้วหรือสุกบ้างแล้ว ปรุงและเครื่องปรุงแต่งรสอื่น ๆ ในอัตราส่วนที่เหมาะสม รวมบรรจุในภาชนะเดียวกัน

3. ประเภท

3.1 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.1.1 ประเภทที่ 1 ได้แก่ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปซึ่งมีเส้นบะหมี่ที่ทำให้แห้งโดย  
การทอดในน้ำมัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 ประเภทที่ 2 ได้แก่ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปซึ่งมีเส้นบะหมี่ที่ทำให้แห้งโดยวิธีอื่น ๆ

#### 4. ส่วนประกอบ

##### 4.1 ส่วนประกอบหลัก

4.1.1 แป้งสาลี

4.1.2 โซป

##### 4.2 ส่วนประกอบอื่น ๆ ที่อาจมีได้

4.2.1 แป้งชนิดอื่น ๆ

4.2.2 ไข่

4.2.3 น้ำมันและไขมันบริโภค

4.2.4 เครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส ได้แก่

4.2.4.1 เกลือ

4.2.4.2 พริกไทย

4.2.4.3 และอื่น ๆ (ถ้ามี)

#### 5. คุณลักษณะที่ต้องการ

##### 5.1 สี กลิ่น รส และคุณลักษณะของเส้นบะหมี่

###### 5.1.1 สี

เส้นบะหมี่ต้องไม่ไหม้เกรียม และมีสีเหมือน ๆ กันทุกภาชนะบรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.1.2 กลิ่น รส

เส้นบะหมี่ต้องมีกลิ่นรสตามธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้และไม่มีกลิ่นหืน และเมื่อเติมเครื่องปรุง บะหมี่สำเร็จรูปต้องมีกลิ่นรสตามธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้และไม่มีกลิ่นแปลกปลอมอื่นใด

### 5.1.3 คุณสมบัติของเส้นบะหมี่

5.1.3.1 ประเภทที่ 1 เมื่อเติมน้ำเดือดลงในเส้นบะหมี่ในภาชนะแล้ว ปิดฝาไว้เป็นเวลา 4 นาที เส้นต้องอ่อนนุ่มเหมาะที่จะรับประทาน

5.1.3.2 ประเภทที่ 2 เมื่อใส่เส้นบะหมี่ลงในน้ำเดือด แล้วต้มจนเดือดต่อไปเป็นเวลา 5 นาที เส้นต้องสุกและอ่อนนุ่ม เหมาะที่จะรับประทาน

เมื่อตรวจสอบโดยวิธีให้คะแนนตามข้อ 12.1 แล้วต้องมีคะแนนเฉลี่ยของแต่ละลักษณะของผู้ตรวจสอบทุกคนไม่น้อยกว่า 3 คะแนน และไม่มีลักษณะใด ๆ ได้ 1 คะแนน จากผู้ตรวจสอบคนใดคนหนึ่ง

### 5.2 ข้อบกพร่องที่ยอมรับได้

เส้นบะหมี่ที่ชักตัวอย่างจากโรงงานที่ทำจะมีเส้นติดหักไม่เกินร้อยละ 8 ของน้ำหนักสุทธิ

### 5.3 คุณสมบัติทางเคมีของเส้นบะหมี่

ให้เป็นไปตามที่กำหนดในตารางผนวกที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 คุณสมบัติทางเคมีของเส้นบะหมี่

รายการที่	คุณสมบัติ	เกณฑ์ที่กำหนด		วิธีตรวจสอบและวิเคราะห์ตาม
		ประเภทที่ 1	ประเภทที่ 2	
1	ความชื้น ร้อยละ ไม่เกิน	10	12.5	ข้อ 12.2.1
2	โปรตีน <sup>1/</sup> ร้อยละ ไม่น้อยกว่า	10	10	ข้อ 12.2.2
3	ไขมัน ร้อยละ ไม่เกิน	20	ไม่กำหนด	ข้อ 12.2.3
4	ค่าของกรด (acid value) ของน้ำมัน มีลิกคริมโพเทสเชื่อมไฮดรอกไซด์ต่อไขมันหนึ่งกรัม ไม่เกิน	1.8	ไม่กำหนด	ข้อ 12.2.4

หมายเหตุ <sup>1/</sup> ปริมาณโปรตีน = ปริมาณไนโตรเจนทั้งหมด \* 5.7

6. วัตถุเจือปนอาหาร

วัตถุเจือปนอาหารให้ใช้ได้ตามชนิดและปริมาณที่กำหนดไว้ ดังนี้

6.1 วัตถุกันหืน ในต่อไปนี้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือผสมกันไม่เกินร้อยละ 0.005 โดยน้ำหนักของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

6.1.1 บิวทิลเลต ไฮดรอกซี-2 (หรือ 3)-เทอเชียรีบิวทิล-4-เมทอกซีฟีนิล  
หรือที่เรียกกันว่า บิวทิลเลต ไฮดรอกซีอะนิโซล (butylated hydroxyanisole)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.2 บิวทิลเลต ไฮดรอกซีโทลูอีน (butylated hydroxytoluene)

6.1.3 โพรพิล กัลเลต (propyl gallate)

การวิเคราะห์ให้ปฏิบัติตามข้อ 12.2.5 .

## 6.2 วัตถุที่ใช้ปรุงแต่งรสอาหาร

6.2.1 โมโนโซเดียม แอล-กลูตาเมต (monosodium L-glutamate) ในปริมาณที่เหมาะสม\*

6.2.2 ไดโซเดียมอินซีเนต (disodium inosinate) หรือแคลเซียมอินซีเนต (calcium inosinate) ในปริมาณที่เหมาะสม\*

6.2.3 ไดโซเดียมกัวนิเลต (disodium guanylate) หรือแคลเซียมกัวนิเลต (calcium guanylate) ในปริมาณที่เหมาะสม\*

6.3 วัตถุที่ทำให้เส้นขนมปังเหนียว ดังต่อไปนี้ในปริมาณที่เหมาะสม

6.3.1 โซเดียมคาร์บอกซิเมทิลเซลลูโลส (sodium carboxy methyl-cellulose)

6.3.2 โซเดียมไฮโดรเจนคาร์บอเนต (sodium hydrogencarbonate)

หมายเหตุ\* ในปริมาณที่เหมาะสม หมายถึง ให้เติมได้ในปริมาณตามกรรมวิธีของการทำผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง

## 6.4 สีผสมอาหาร

ห้ามใช้สีทุกชนิด เว้นแต่สีผสมอาหารที่ได้จากธรรมชาติ

การวิเคราะห์ให้ปฏิบัติตามข้อ 12.2.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ สารเคมีที่ใช้ตามข้อ 6. ก็ยังมีได้มีมาตรฐานกำหนดไว้ต้องเป็นสารเคมีที่มีความบริสุทธิ์ในขั้นสำหรับใช้กับอาหาร (food grade)

7. สัญลักษณ์

7.1 สัญลักษณ์ในการทำบะหมี่สำเร็จรูปให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดสัญลักษณ์ของอาหาร มาตรฐานเลขที่ มอก.34

7.2 ในการทำบะหมี่สำเร็จรูปผู้ทำต้องใช้วิธีปฏิบัติที่ดี และผลิตภัณฑ์ต้องไม่มีสิ่งแปลกปลอม

7.3 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจะมีจุลินทรีย์ได้ไม่เกินเกณฑ์ที่กำหนดดังนี้

	เส้นบะหมี่	เครื่องปรุง
จำนวนแบคทีเรียต่อกรัมของตัวอย่าง	1 200	300 000
จำนวนราต่อกรัมของตัวอย่าง	10	100
<u>คลอสตริเดียมเวลชii (Clostridium welchii)</u>		
หรือ <u>คลอสตริเดียม เพอร์ฟริงเจนส์ (Clostridium perfringens)</u>		
ใน 0.01 กรัมของตัวอย่าง	ต้องไม่พบ	ต้องไม่พบ
<u>อี. โคลิ (E. Coli) โดยวิธี MPN</u>		
ต่อกรัมของตัวอย่าง	น้อยกว่า 3	น้อยกว่า 3
<u>สตาฟีโลคอคคัส ออเรียส (Staphylococcus aureus)</u>		
ใน 0.01 กรัมของตัวอย่าง	ต้องไม่พบ	ต้องไม่พบ
<u>ซัลโมเนลลา (Salmonella)</u>		
ใน 25 กรัมของตัวอย่าง	ต้องไม่พบ	ต้องไม่พบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 8. ภาชนะบรรจุ

8.1 ภาชนะที่ใช้บรรจุต้องสะอาดแห้ง ปิดได้สนิทและผิวภายในของภาชนะต้องไม่มี ปฏิกริยากับอาหารที่บรรจุ

## 9. ปริมาณ

9.1 น้ำหนักสุทธิของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องไม่น้อยกว่าที่กำหนดไว้ที่ฉลาก

## 10. เครื่องหมายและฉลาก

10.1 ให้ฉลากเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ค่าแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับฉลาก สำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มาตรฐานเลขที่ มอก. 31

10.2 ภาชนะบรรจุบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทุกหน่วยอย่างน้อยต้องมีเลขอักษรหรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

- (1) คำว่า "บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป"
- (2) ข้อความแสดงว่าไม้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร (ถ้ามีการใช้)
- (3) น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัม
- (4) เดือนปีที่ทำ
- (5) วิธีทำเพื่อรับประทาน
- (6) ชื่อผู้ทำ หรือชื่อโรงงานที่ทำและสถานที่ตั้ง
- (7) ชื่อประเทศที่ทำ

10.3 ที่กล่องบรรจุบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทุกกล่อง อย่างน้อยต้องมี เลข อักษรหรือ เครื่องหมายแจ้งรายละเอียดตามข้อ 10.2(1) (4) และ (6) และจำนวนหน่วยที่บรรจุให้เห็นได้ง่ายและชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10.4 ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

10.5 ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว

## 11. การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

11.1 ความหมายของคำที่ใช้ มีดังต่อไปนี้

11.1.1 รุ่น หมายถึง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำนวนหนึ่งทีผลิตโดยใช้กรรมวิธีเดียวกัน และเครื่องจักรชุดเดียวกัน ในช่วงเวลาต่างกันไม่เกิน 8 ชั่วโมง หรือที่มีการซื้อขายหรือส่งมอบกันในแต่ละครั้ง

11.1.2 ขนาดรุ่น หมายถึง จำนวนหน่วยบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในรุ่น

11.1.3 ขนาดตัวอย่าง หมายถึง จำนวนหน่วยบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ชักออกมาจากรุ่นเพื่อนำมาตรวจสอบ

11.1.4 เลขจำนวนที่ขอมรับ หมายถึง จำนวนสูงสุดของผลิตภัณฑ์บกพร่องที่ขอมให้มันได้ ในการพิจารณาเพื่อการขอมรับรุ่นนั้นๆ

11.2 การชักตัวอย่าง และเกณฑ์ตัดสินให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างที่กำหนดต่อไปนี้ หรืออาจใช้แผนการชักตัวอย่างอื่นที่เทียบเท่ากันทางวิชาการกับแผนที่กำหนดไว้

11.2.1 การชักตัวอย่างสำหรับการตรวจสอบสี กลิ่น รสและคุณลักษณะของเส้นบะหมี่ ขอบพร่องที่ขอมให้ สิ่งแปลกปลอมและเครื่องหมายและฉลาก

11.2.1.1 ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากกองบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรุ่นเดียวกันตามขนาดตัวอย่าง ในตารางผนวกที่ 2 นำตัวอย่างที่ได้ไปตรวจสอบเครื่องหมาย และฉลาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาชนะบรรจุ ปริมาณ ข้อบกพร่องที่ยอมให้ถึงแลกเปลี่ยนแล้วจึงนำไปตรวจสอบสี กลิ่นรสและ  
คุณลักษณะของเส้นบะหมี่

11.2.1.2 ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องเป็นไปตามข้อ 5.1 ข้อ  
5.2 ข้อ 7.2 ข้อ 8. และข้อ 10. กุหนวของตัวอย่างและตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามข้อ 9. ต้องมี  
จำนวนไม่เกินเลขจำนวนที่ยอมรับในตารางผนวกที่ 2 จึงจะถือว่าบะหมี่สำเร็จรูปนั้นเป็นไปตาม  
เกณฑ์ที่กำหนด

ตารางผนวกที่ 2 แผนการซึกตัวอย่างสำหรับการตรวจสอบสี กลิ่นรส และคุณลักษณะของเส้น  
บะหมี่ ข้อบกพร่องที่ยอมให้ ถึงแลกเปลี่ยน ภาชนะบรรจุ ปริมาณ และเครื่องหมายและฉลาก

ขนาดรุ่น หน่วยภาชนะบรรจุ	ขนาดตัวอย่าง หน่วยภาชนะบรรจุ	เลขจำนวน ที่ยอมรับ
ไม่เกิน 4 800	6	1
4 801 ถึง 24 000	13	2
24 001 ถึง 48 000	21	3
48 001 ถึง 84 000	29	4
84 001 ถึง 114 000	48	6
114 001 ถึง 240 000	84	9
เกิน 240 000	126	13

11.2.2 การซึกตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์คุณลักษณะทางเคมี ของเส้นบะหมี่วัตถุประสงค์  
กันเห็น และสีผสมอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11.2.2.1 ให้ช้กตัวอย่างใหม่จำนวน 14 หน่วยภาชนะบรรจุโดยวิธี สุ่มจากรุ่นเดียวกัน เปิดภาชนะบรรจุทั้งหมดออกนำเส้นบะหมี่มารวมกัน บดให้ละเอียด แล้วแบ่ง ออกเป็น 3 ส่วนเท่าๆกัน บรรจุในภาชนะที่สะอาด แห้งและปิดได้สนิท ส่วนหนึ่งใช้ในการ วิเคราะห์ อีก 2 ส่วนที่เหลือให้ผู้เกี่ยวข้องเก็บไว้เป็นหลักฐาน สำหรับเครื่องปรุงร่งให้นำแต่ละ ชนิดมาผสมกัน แล้วนำไปวิเคราะห์วัตถุดิบเห็น ส่วนเครื่องปรุงร่งอื่นให้นำไปวิเคราะห์สีผสมอาหาร

11.2.2.2 ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องเป็นไปตามข้อ 5.3 และ ข้อ 6. ทุกข้อ จึงจะถือว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

### 11.2.3 การช้กตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์จุลินทรีย์

11.2.3.1 ให้ช้กตัวอย่างใหม่จำนวน 20 หน่วยภาชนะบรรจุโดยวิธี สุ่มจากรุ่นเดียวกัน เปิดภาชนะทั้งหมดออก นำเส้นบะหมี่มารวมกัน บดให้ละเอียด แล้วแบ่งออก เป็น 3 ส่วนเท่า ๆ กัน บรรจุในภาชนะที่สะอาด แห้ง และปิดได้สนิท ส่วนหนึ่งใช้ในการ วิเคราะห์ อีก 2 ส่วนที่เหลือให้ผู้เกี่ยวข้องเก็บไว้เป็นหลักฐาน สำหรับเครื่องปรุงร่งให้นำเครื่อง ปรุงร่งทุกชนิดมาผสมรวมกัน และทำเช่นเดียวกับเส้นบะหมี่ หากตรวจสอบแล้วมีข้อโต้แย้งให้ช้ก ตัวอย่างเพิ่มอีก 30 หน่วยภาชนะบรรจุ

11.2.3.2 ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องเป็นไปตามข้อ 7.3 จึงจะ ถือว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

11.2.4 ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนั้นต้องเป็นไปตามข้อ 1.2.1.2 ข้อ 11.2 อุตสาหกรรม

## 12. การตรวจสอบและการวิเคราะห์

### 12.1 การตรวจสอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 12.1.1 สี

ให้ตรวจสอบ เส้นบะหมี่ก่อนเติมหรือต้มในน้ำเดือด (แล้วแต่กรณี) โดย  
การพินิจเปรียบเทียบตัวอย่างพร้อม ๆ กัน

## 12.1.2 กลิ่น รส และคุณลักษณะของเส้นบะหมี่

12.1.2.1 นำเส้นบะหมี่แต่ละท่อนมาเติมน้ำเดือดหรือต้มในน้ำเดือด  
(แล้วแต่กรณี) ตรวจสอบกลิ่น รส และคุณลักษณะของเส้นบะหมี่ก่อนเติมเครื่องปรุง และตรวจสอบ  
กลิ่น รส ของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปหลังเติมเครื่องปรุงตามวิธีที่ได้ระบุไว้ในฉลาก

## 12.1.2.2 วิธีตรวจสอบ

- (1) คณะผู้ตรวจสอบประกอบด้วยผู้ที่มีความชำนาญในการตรวจสอบ  
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปอย่างน้อย 5 คน ทุกคนจะแยกตัวกันตรวจและให้คะแนนโดยอิสระ
- (2) หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการตรวจสอบบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป  
ให้เป็นไปตามตารางผนวกที่ 3

ตารางผนวกที่ 3 หลักเกณฑ์การให้คะแนน

สมบัติที่ตรวจสอบ	ระดับการตัดสินใจ	คะแนนที่ได้
สี	สีเหมือนกันดีมาก	5
	สีเหมือนกันดี	4
	สีเหมือนกันปานกลาง	3
	สีเหมือนกันพอใช้	2
	สีไม่เหมือนกัน หรือไหม้เกรียม	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

สมบัติที่ตรวจสอบ	ระดับการตัดสินใจ	คะแนนที่ได้
กลิ่นรสของเส้นบะหมี่	ดีมาก	5
	ดี	4
	ปานกลาง	3
	พอใช้	2
	มีกลิ่นรสไม่ดี เช่น อับหรือเหม็น	1
คุณลักษณะของเส้นบะหมี่	ดีมาก	5
	ดี	4
	ปานกลาง	3
	พอใช้	2
	เส้นไม่สุก และไม่อ่อนนุ่ม	1
กลิ่นรสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	ดีมาก	5
	ดี	4
	ปานกลาง	3
	พอใช้	2
	มีกลิ่นรสไม่ดี หรือมีกลิ่นแปลกปลอมอื่นใด	1

12.2 การวิเคราะห์ ความชื้น โปรตีน ไขมัน คาร์บอของน้ำมัน วิตามินซี สิวส้ม  
อาหาร สิ่งแปลกปลอมและจุลินทรีย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12.2.1 ความชื้น ให้อัตราการวัดตามวิธีที่กำหนดใน AOAC (1984) ข้อ 14.003 และข้อ 14.004

12.2.2 โปรตีนให้อัตราการวัดตามวิธีที่กำหนดใน AOAC (1984) ข้อ 14.067 และข้อ 14.068

12.2.3 ไขมันให้อัตราการวัดตามวิธีที่กำหนดใน AOAC (1984) ข้อ 7.060

12.2.4 ค่าของกรดไขมัน ให้อัตราการวัดตามวิธีที่กำหนดใน IUPAC (1996) :II.D.1.2 acid value ( $I_A$ )

12.2.5 วัตถุกันเสีย

12.2.5.1 บีทาโทโรไซด์ออกซิไดซิ่ง และบีทาโทโรไซด์ออกซิไดซิ่งอื่น ให้อัตราการวัดตามวิธีที่กำหนดใน AOAC (1980) ข้อ 20.009 ถึงข้อ 20.012 หรือวิธีอื่นที่เทียบเท่า ในกรณีที่ไม่มีกฎหมายให้ใช้วิธีที่กำหนดใน AOAC เป็นวิธีตัดสิน

12.2.5.2 โบทินิลไกลโคเลต ให้อัตราการวัดตามวิธีที่กำหนดใน FA-53 July 1963. Food and Drug Laboratories Ottawa, Acceptable method ในหัวข้อ The determination of antioxidants in fats and oils

12.2.6 สิ่งสกปรกอาหาร ให้อัตราการวัดตามวิธีที่กำหนดใน Pearson's Chemical Analysis of Food 7<sup>th</sup> ed., 1976 หน้า 50 ถึงหน้า 60

12.2.7 สิ่งแปลกปลอม ให้ทดสอบโดยการตรวจวินิจฉัย

12.2.8 จุลินทรีย์ ให้อัตราการวัดตามวิธีที่กำหนดใน Microorganism in foods, Vol.1, Their significance and methods of enumeration, Second edition, ICMSF, 1988 ดังนี้

12.2.8.1 จำนวนแบคทีเรียปฏิบัติตามหน้า 115 ถึงหน้า 118 Method 1 (The Standard Plate Count, Pour Plate, or Aerobic Plate Count)

12.2.8.2 รา ปฏิบัติตามหน้า 158 และหน้า 159 The Pour Plate Yeast and Mold Count Method

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12.2.8.3 คลอสตรีเดียม เวลชีไอ หรือ คลอสตรีเดียม เพอร์ฟริง-เจนส์ ปฏิบัติตามหน้า 270 ถึงหน้า 273 Method 2 (North American)

12.2.8.4 อี โคลไล ปฏิบัติตามหน้า 126 ถึงหน้า 128 Method 1 (North American)

12.2.8.5 สตาฟีโลคอกคัส ออเรียส ปฏิบัติตามหน้า 220 ถึงหน้า 222 Method 1 (Direct Plating, Baird-Parker Agar)

12.2.8.6 ซิลโมเนลลา ปฏิบัติตามหน้า 163 ถึงหน้า 171

หมายเหตุ ICMSF หมายถึง International Commission on Microbiological Specifications for Foods



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข.

เลขที่แบบสอบถาม .....

เขตที่อยู่อาศัย .....

แบบสอบถาม

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคขยะทิ้งสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร

คำแนะนำ กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ท่านเลือก และกรอกข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 15 ปี  15-25 ปี

26-35 ปี  36-45 ปี

46 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

โสด  สมรส

หย่า  แยกกันอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4. อาชีพ

- ( ) นักเรียน/นักศึกษา ( ) รับราชการ  
 ( ) รัฐวิสาหกิจ ( ) บริษัทเอกชน/ห้างร้าน  
 ( ) รับจ้าง ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 ( ) แม่บ้าน ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

## 5. ระดับการศึกษา ( ) กำลังศึกษาระดับ ( ) จบการศึกษาระดับ

- ( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น  
 ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ( ) อนุปริญญา/ปวส.  
 ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี  
 ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

## 6. ท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) ไม่เกิน 5,000 บาท ( ) 5,000 - 10,000 บาท  
 ( ) 10,001 - 15,000 บาท ( ) 15,001 - 20,000 บาท  
 ( ) 20,001 - 25,000 บาท ( ) มากกว่า 25,000 บาท

## 7. สถานที่ที่ท่านพักอาศัยอยู่คือ

- ( ) บ้านเดี่ยว ( ) ทาวน์เฮ้าส์  
 ( ) คอนโดมิเนียม ( ) แฟลต/อพาร์ทเมนท์  
 ( ) ตึกแถว/อาคารพาณิชย์ ( ) หอพัก  
 ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

## 8. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (รวมผู้ให้สัมภาษณ์ด้วย)

- ( ) 1-5 คน ( ) 6-10 คน  
 ( ) 11 คนขึ้นไป

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อถาวรบริโภค

## 9. ท่านเคยบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ชงหรือต้มกับน้ำร้อน ( ) รับประทานแห้ง ๆ  
 ( ) ผัดหรือปรุงเป็นอาหารอย่างอื่น ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. ท่านบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในมื้อใดบ่อยที่สุด

- ( ) มื้อเช้า ( ) มื้อกลางวัน  
 ( ) มื้อเย็น ( ) มื้อดึก  
 ( ) ไม่แน่นอน ( ) รับประทานเป็นอาหารว่าง

11. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรสใดที่ท่านชอบบริโภคมากที่สุด

- ( ) รสหมูสับ ( ) รสต้มยำกุ้ง  
 ( ) รสเนื้อ ( ) รสไก่  
 ( ) รสเป็ดตุ๋น ( ) รสเป็ดพะโล้  
 ( ) รสเอ็นตาโฟ ( ) รสเห็ดหอม  
 ( ) รสเจ ( ) รสน้ำใส  
 ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

12. โดยปกติบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ท่านรับประทาน ใครเป็นผู้ซื้อ

- ( ) ตนเอง ( ) บิดา/มารดา  
 ( ) สามี/ภรรยา ( ) บุตร  
 ( ) เพื่อน ( ) ญาติ  
 ( ) คนรับใช้ ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

13. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ท่านเลือกบริโภคมีกรรมวิธีบรรจุหีบห่อแบบใด

- ( ) แบบซอง เพราะ .....  
 ( ) แบบถ้วยพลาสติก เพราะ .....  
 ( ) แบบชามโฟม เพราะ .....  
 ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

14. ท่านซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเฉลี่ยเดือนละ

- ( ) ต่ำกว่า 10 ซอง/ถ้วย  
 ( ) 10 - 15 ซอง/ถ้วย  
 ( ) 16 - 20 ซอง/ถ้วย  
 ( ) มากกว่า 20 ซอง/ถ้วยขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15. โดยปกติท่านซื้อขนมปังสำเร็จรูปจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ร้านค้าปลีก ( ) ร้านค้าส่ง  
 ( ) ซูเปอร์มาร์เก็ต ( ) มินิมาร์ท  
 ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

16. ขนมปังสำเร็จรูปยี่ห้อใดที่ท่านบริโภคเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) นาม่า ( ) หมูสับ  
 ( ) ไวไว ( ) เม็ชวโจชั้นมัย  
 ( ) อ่าซ่า ( ) กุ้งกิ้ง  
 ( ) อูมึ ( ) ไม้เค็ดเค็ด  
 ( ) คัพ ไม้เค็ด ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

17. เหตุผลที่ท่านเลือกบริโภคขนมปังสำเร็จรูป เนื่องจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ราคาไม่แพง ( ) สะดวกในการรับประทาน  
 ( ) รสชาติดี ( ) ความเค็ม  
 ( ) โฆษณาจูงใจ ( ) การลด, แลก, แจก, แถม  
 ( ) หาซื้อง่าย ( ) เชื้ออื้อในตรายี่ห้อ  
 ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

18. ท่านรู้จักขนมปังสำเร็จรูปจากสื่อใดมากที่สุด

- ( ) โกรทส์ ( ) หนังสือพิมพ์  
 ( ) วิทยุ ( ) นิตยสาร/วารสาร  
 ( ) โฆษณาในโรงภาพยนตร์ ( ) ป้ายโฆษณา  
 ( ) ใบปลิว/แผ่นพับ ( ) เพื่อน/ญาติแนะนำ  
 ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

### ตอนที่ 3 ทักษะคิดของผู้บริโภค

19. ท่านพบปัญหาในการบริโภคขนมปังสำเร็จรูปหรือไม่

- ( ) พบ ( ) ไม่พบ (ข้ามไปตอบข้อ 23)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20. ปัญหาที่ท่านพบในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) รสชาติไม่ถูกปาก ( ) ราคาไม่เหมาะสม  
 ( ) มีสิ่งเจือปน ( ) มีให้เลือกน้อยประเภท  
 ( ) อาหารหมดอายุ ( ) มีอาการแพ้หลังการบริโภค  
 ( ) อื่น ๆ ระบุ .....

21. ท่านจะเลือกบริโภคอย่างไรหลังจากที่ท่านพบปัญหา

- ( ) บริโภคตามปกติ ( ) บริโภคลดลง  
 ( ) เปลี่ยนยี่ห้อบริโภค ( ) เลิกบริโภค

22. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในปัจจุบัน

กรุณาทำทุกข้อ โดยเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านให้ความคิดเห็น

ความคิดเห็น	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง
1. ความสะดวกในการบริโภค	_____	_____	_____
2. ความสะอาด	_____	_____	_____
3. ราคา	_____	_____	_____
4. คุณภาพ	_____	_____	_____
5. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	_____	_____	_____
6. รสชาติ	_____	_____	_____
7. หีบห่อ	_____	_____	_____
8. สถานที่จำหน่าย	_____	_____	_____
9. วันหมดอายุ	_____	_____	_____
10. การโฆษณา	_____	_____	_____
11. การลด, แลก, แจก, แถม	_____	_____	_____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

24. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ.....  
 .....  
 .....  
 .....

ขอขอบพระคุณ

วันที่ .....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้