



ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคขนมกึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัย

ในเขตกรุงเทพมหานคร

Attitude and Behavior to Consume Instant-noodle of
Students in the University in Bangkok Area.

ของ

นางสาวสุวิรัตน์ ลำธารทอง

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลึกซึ้ง

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2534

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

..... 5/10/34
(อาจารย์นิตยา สิกขิโชค)

กรรมการวิทยานิพนธ์

..... 5/10/34
(อาจารย์บรรเลง ศรีนันทนัส)

กรรมการวิทยานิพนธ์

..... 5/10/34
(อาจารย์วิเชษฐ์ มณีรัตน์)

หัวหน้าภาควิชา

..... 5/10/34
(อาจารย์นิตยา สิกขิโชค)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารในการนำไปใช้

๑๗.
๗๘๖๗
๒๕๓๔



14174

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคขนมกึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Attitude and Behavior to Consume Instant-noodle of
Students in the University in Bangkok Area.



T098077

โดย

นางสาวสุวิรัตน์

อาจารย์ทอง

เสนอ

ปพ.

๙๘๖๗๓

2534

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....

98077

วันเดือนปี.....

50 JUN 2003

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสัมพันธ์แห่งปณิธานวิชาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2534

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ทักษะและพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวสุรียรัตน์ ลำธารทอง

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : 5, พ.ศ. ๒๕๖๔
(นิตยา ลิกธิโชค)

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่งที่บริโภคกันอย่างแพร่หลายในหมู่ประชาชนทั่วไป ทุกอาชีพ เนื่องจากเป็นอาหารที่ราคาถูก สะอาด และสะดวกรวดเร็วในการปรุงเพื่อรับประทาน ซึ่งเหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ซึ่งประชาชนส่วนมากจำเป็นต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ไปเพื่อการประกอบอาชีพและอื่น ๆ ที่จำเป็นกว่า ดังนั้น จึงได้ศึกษาถึงทักษะและพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงทักษะและพฤติกรรมต่าง ๆ รวมถึงศึกษารูปแบบทั่วไปทางการตลาดของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป โดยศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับการศึกษารังนี้ จะทำให้ทราบถึงแนวทางการปรับปรุงด้านการผลิตด้านการตลาด เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ในการปรับปรุงบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทั้งในด้านการผลิต และด้านการตลาด ให้มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

จากผลการศึกษาผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย จำนวน 150 คน โดยการใช้แบบสอบถาม ทำให้ทราบว่า ลักษณะของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 1 และมีอายุ 21 ปี มากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะนึกอาศัยกับบิดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
มารถา และมีรายได้อยู่ระหว่าง 1,501-2,500 บาท ทางด้านพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กึ่งสำเร็จรูปนั้น พบว่า รูปแบบการบริโภคที่นิยมมากที่สุดจะเป็นแบบซองหรือต้มกับน้ำร้อนมากที่สุด เพราะสะดวกและรสชาติอร่อย โดยนิยมบริโภคสดต้มยำกึ่ง ที่บรรจุแบบซอง เพราะรสชาติดีและราคาถูก ซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเป็นผู้ซื้อเอง ตามซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวนต่ำกว่า 10 ซอง หรือถ้วยในหนึ่งเดือน สำหรับตรายี่ห้อที่เลือกซื้อนั้นส่วนใหญ่จะเลือกซื้อยี่ห้อ มาม่า เพราะได้รับความนิยมอย่างมากจนเป็นที่รู้จักกันทั่วไป โดยรู้จักในสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปก็เพราะ ความสะดวกและประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย ทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในเรื่องต่าง ๆ นั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้มีความเหมาะสมดีแล้ว ในด้านราคาของการบรรจุแบบซอง ด้านการบรรจุหีบห่อแบบซอง สื่อโฆษณาที่ใช้รวมถึงปริมาณการใช้ และถ้าหากว่าราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสูงขึ้น จะมีผลทำให้ปริมาณการซื้อลดลง เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (คุณค่าทางอาหาร) สำหรับในบางเรื่อง que ผู้บริโภคเห็นว่าไม่เหมาะสมนั้น ก็คือ คุณค่าทางอาหาร ราคาของการบรรจุแบบถ้วยโฟมหรือชามโฟม การบรรจุหีบห่อแบบถ้วยโฟมหรือชามโฟม จึงควรต้องมีการปรับปรุง และในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคยังมีความต้องการบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปอีกมาก ถ้าหากมีการปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมของไทยในปัจจุบันได้ ก็จะเป็นสิ่งที่ดียิ่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาเรื่องนี้ สรุปได้ดังนี้

1. ด้านตัวผลิตภัณฑ์ (Product) ควรมีการปรับปรุงในด้านคุณค่าทางอาหาร โดยการเติมเนื้อต่าง ๆ ลงไปในซอง และควรปรับปรุงทางด้านความปลอดภัยในการบริโภค โดยการไม่ใส่ผงชูรสหรือใส่ในปริมาณที่น้อยลง อีกทั้งควรปรับปรุงภาชนะที่บรรจุคือควรทำด้วยภาชนะที่ทนความร้อน ไม่ละลายในน้ำร้อน เพื่อป้องกันการได้รับอันตรายจากสารที่ละลายในน้ำร้อนปะปนลงไป

2. ด้านราคา (Price) ควรมีการปรับราคาให้เหมาะสมกับคุณค่าทางอาหารที่ผู้บริโภคได้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบบถ้วยโฟม โดยการส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบที่ได้คุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นไก่ หู หั่น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตามมาตรฐาน และมีปริมาณที่เพียงพอและราคาพอสมควร เพื่อให้ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสามารถซื้อวัตถุดิบภายในประเทศได้ อีกทั้งควรลดการโฆษณาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปลง เพื่อจะได้เป็นการลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง

3. ด้านการจำหน่าย (Distribution) รัฐควรมีการส่งเสริมให้มีการส่งออกมากขึ้น เช่น การปรับอัตราเงินชดเชยทางด้านภาษีให้สูงขึ้น เพื่อจูงใจให้มีการส่งออก ช่วยจัดหาแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศในราคาถูก ส่วนทางด้านตลาดในลาวและเขมร ซึ่งถือได้ว่าเป็นตลาดใหญ่แห่งหนึ่ง รัฐควรหาทางผ่อนปรนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสามารถขยายตลาดเข้าไปในลาวและเขมรได้บ้าง

4. ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงคุณสมบัติของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เพื่อเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปถึงการบริโภคที่มีความปลอดภัยมากขึ้น

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงด้วยความสมบูรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากความกรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำปรึกษาและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากอาจารย์นิตยา สิทธิโชค ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ พร้อมทั้งคณะกรรมการปัญหาพิเศษ อาจารย์วิเชษฐ์ มณีรัตน์ และอาจารย์บรรเลง ศรีนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขตรวจทานให้เกิดความถูกต้องมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ขอขอบคุณผู้มีส่วนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จส่งลงได้ทุกท่าน ตั้งแต่สถานที่ราชการต่าง ๆ ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างดียิ่ง คุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้ให้กำลังใจสำหรับการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ นางสาววรลักษณ์ ถาวรสิน ที่ช่วยเหลือในการออกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล นายสนธยา เอื้อยเหล็ก เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อช่วยในการออกภาคสนามและเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนนางสาวสุภารัตน์ ลำธารทอง (พี่สาว) ที่มีส่วนช่วยให้การพิมพ์และจัดรูปเล่มปัญหาพิเศษสำเร็จลงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณทุกท่านทั้งที่ได้กล่าวนามและมีได้กล่าวนามท่านอื่น ๆ ที่มีส่วนช่วยเหลือไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับเรื่องใด ๆ ที่มีผลทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวสุภารัตน์ ลำธารทอง

21 ตุลาคม 2534

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(1)
สารบัญภาพ	(3)
สารบัญตารางผนวก	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
การตรวจเอกสาร	5
วิธีการศึกษา	7
สมมติฐานของการศึกษา	10
บทที่ 2 อุตสาหกรรมเบหมีกิ่งสำเร็จรูป	10
ประวัติความเป็นมาของเบหมีกิ่งสำเร็จรูป	10
ภาวะการผลิต	11
กรรมวิธีการผลิต	11
ปัญหาการผลิต	17
การตลาด	19
ลักษณะตลาด	19
ขั้นตอนการจำหน่าย	20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ความต้องการ 20
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ตลาดภายในประเทศ	21
ปัญหาการตลาด	23
ความช่วยเหลือของรัฐบาล	24
คู่แข่งในอนาคต	24
บทที่ 3 ผลการศึกษา	26
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคมะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	26
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคมะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของ นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร	33
ตอนที่ 3 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อมะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	43
การทดสอบสมมติฐาน	52
ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1	52
ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2	55
ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3	58
บทที่ 4 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	62
สรุปผลการศึกษา	62
ข้อเสนอแนะ	65
เอกสารอ้างอิง	68
ภาคผนวก	70
ภาคผนวกที่ ก. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมประเภทมะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	71
ภาคผนวกที่ ข. แบบสอบถาม	84

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนโรงงาน จำนวนเงินทุน จำนวนคนงาน	13
2	เพศของผู้บริโภค	27
3	ระดับอายุของผู้บริโภค	28
4	ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา	29
5	คณะที่ผู้บริโภคกำลังศึกษาอยู่	30
6	ระดับรายได้ของผู้บริโภค	31
7	สถานที่ที่ผู้บริโภคพักอาศัยอยู่	32
8	รูปแบบการบริโภค	33
9	รหัสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่เลือกบริโภค	34
10	ผู้ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	35
11	รูปแบบการบรรจุหีบห่อที่เลือกบริโภค	36
12	ปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต่อเดือน	37
13	สถานที่ที่ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	38
14	สื่อที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	39
15	เหตุผลในการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	40
16	สื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคพบเห็นมากที่สุด	41
17	การโฆษณากับการตัดสินใจซื้อ	42
18	ประโยชน์ของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่มีต่อผู้บริโภค	43
19	ความเหมาะสมของการบรรจุหีบห่อ	44
20	ความเหมาะสมของราคาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	45
21	ราคาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบซองที่คิดว่าควรจะเป็น	45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ราคาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบถ้วยโถพีที่คิดว่าควรจะเป็น	46
23	การบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเมื่อราคาสูงขึ้น	47
24	สื่อโฆษณาที่ควรมีมากที่สุด	48
25	ระดับการโฆษณา	49
26	จำนวนรสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	50
27	การทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับรายได้กับปริมาณการซื้อ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	54
28	การทดสอบสมมติฐานระหว่างสถานที่ที่ผู้บริโภคอาศัยกับ ปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	57
29	การทดสอบสมมติฐานระหว่างการโฆษณา กับปริมาณการซื้อ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	61

สารบัญภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	กรรมวิธีการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	18
2	ขั้นตอนการจำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปภายในประเทศ	21
3	แผนผังแสดงช่องทางการจำหน่าย	22



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	คุณลักษณะทางเคมีของเส้นบะหมี่	74
2	การชักตัวอย่างและเกณฑ์การตัดสิน	79
3	หลักเกณฑ์การให้คะแนน	81



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

การดำรงชีวิตของคนไทยในปัจจุบันนี้ได้เปลี่ยนไปจากแบบเรียบง่าย สบาย ๆ กลายมาเป็นชีวิตที่ต้องต่อสู้ และแข่งขันกันหลาย ๆ เรื่อง โดยเฉพาะเรื่องของเวลา ซึ่งประชาชนได้หันมาสนใจกันเป็นอย่างมาก คือ พยายามใช้เวลาให้คุ้มค่าที่สุด จึงต้องมีการจัดสรรเวลาให้กับกิจกรรมแต่ละอย่างที่ต้องกระทำ ซึ่งประชาชนส่วนมากจะใช้เวลาไปในการทำงานมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้เพียงพอแก่การดำรงชีพ จึงต้องลดเวลาในการประกอบอาหารลง ในตลาดทั่ว ๆ ไป สินค้าประเภทอาหารมีหลายรูปแบบมีทั้ง อาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารสำเร็จรูป และอาหารกึ่งสำเร็จรูป ซึ่งในที่นี้อาหารกึ่งสำเร็จรูปได้มีบทบาทและความสำคัญแก่ผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะสินค้าประเภทนี้ ช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังให้ความสะดวกในการประกอบอาหาร และอาหารกึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่งที่มีความนิยม คือ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็น อาหารกึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่ง ที่นำ บะหมี่มาผ่านกรรมวิธีและปรุงแต่งมาบ้างแล้ว และใช้รับประทานหลังจากผ่านกรรมวิธีง่าย ๆ และใช้เวลาสั้นโดยการเติมน้ำร้อน การต้ม หรือการเติมหาอาหารอื่นลงไป (กระทรวงอุตสาหกรรม, 25: 1-2) ซึ่งประเทศที่ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นประเทศแรก คือ ประเทศญี่ปุ่น เมื่อประมาณ 20 กว่าปีมาแล้ว (กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2527: 1-3) ต่อมาประเทศต่าง ๆ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ และประเทศไทย ได้นำกรรมวิธีการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเข้ามา โดยในระยะแรก การผลิตจะเป็นลักษณะสินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งนิยมบริโภคกันในกลุ่มบุคคลที่มีรายได้สูงเป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ด้านการค้า
สังคม ได้ขยายตัวรวดเร็วไปมาก ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ชนิดที่เรียกว่า
ไม่ช้าก็เร็ว ทุกสิ่งทุกอย่างก็เปลี่ยนแปลงสิ่งเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องแข่งขันกับเวลา ดังนั้น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชนทุกระดับ และเป็นที่ยอมรับโรคกันอย่างกว้างขวางมาจนทุกวันนี้ สำหรับประเทศไทยปัจจุบัน บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ยอมรับโรคกันอย่างแพร่หลายในหมู่ประชาชนทั่วไป ทุกอาชีพ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปที่สะดวก ถูกหลักอนามัย มีคุณค่าทางอาหาร ราคาถูกพอสมควร สะดวกและประหยัดเวลาในการปรุงเพื่อรับประทาน และเป็นการเหมาะสมแก่สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ฉะนั้น ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจึงนับว่ามีส่วนช่วยประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย และอำนวยความสะดวกในการประกอบอาหารแก่ประชาชนทั่วไปอย่างมาก

ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปัจจุบัน มีมูลค่าประมาณ 2,000 ล้านบาท มีอัตราการเจริญเติบโตประมาณ 14-15 % ดังนั้น ทางบริษัทผู้ผลิตก็มีเป้าหมายขยายตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้จะชะลอตัวลงก็ตาม (ประชาชาติธุรกิจ, 2533: 10) ทั้งนี้เนื่องจากทางบริษัทได้เล็งเห็นว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคเพราะให้ความสะดวก ภาวะเศรษฐกิจจึงไม่มีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์มากนัก นอกจากนี้ทางบริษัทก็พยายามขยายแนวทางซื้อของสินค้าเพิ่มขึ้น โดยการบรรจุในถ้วยโฟมเพื่อเพิ่มความสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ยังได้รับการพัฒนาจนสามารถแบ่งเป็นรูปแบบหลายหลากชนิด ไม่ว่าจะเป็น รสหมูสับ รสต้มยำกุ้ง รสไก่ รวมทั้ง เส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูป และเส้นเล็ก กึ่งสำเร็จรูป แต่อย่างไรก็ตาม อาหารเหล่านี้ก็ไม่ควรที่จะรับประทาน เป็นอาหารหลักประจำวัน เพราะเนื่องจากว่า อาหารเหล่านี้มีสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายบางส่วนเท่านั้น คือคาร์โบไฮเดรต และไขมัน ยังขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายอีกบางชนิด คือ โปรตีน วิตามิน และเกลือแร่ (วนิดา, 2527 : 60-61) นอกจากนี้ในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยังมีสารชนิดหนึ่งที่อาจจะเป็นอันตรายต่อร่างกาย ถ้าหากบริโภคมาก ๆ คือสารโมโนโซเดียมกลูตาเมต (ผงชูรส) จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ทำการศึกษาจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป มีความเห็นว่า การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร จะสามารถชี้ให้เห็นถึงเหตุของการตัดสินใจในการเลือกซื้อ ความไม่ทั่วถึงกันทุกสิ่งกัน อีกทั้งยังมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการของผู้บริโภคที่จะเป็นข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิต ในการปรับปรุงสินค้า และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าชนิดนี้มากขึ้นหรือน้อยลงของผู้ประกอบการ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงสินค้าของผู้ประกอบการ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ที่เกี่ยวข้องกับหมีกึ่งสำเร็จรูปในด้านคุณค่าอาหาร รสชาติ การบรรจุหีบห่อ ราคา การโฆษณา และข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตในการปรับปรุงสินค้า
2. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคหมีกึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัยถึงการเลือกซื้อ การเลือกซื้อเฉพาะตรา ปริมาณการซื้อต่อเดือน สถานที่ซื้อ เหตุผลของการบริโภค และอิทธิพลที่มีต่อการบริโภค
3. เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบทางการตลาดทั่ว ๆ ไป ของหมีกึ่งสำเร็จรูป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบข้อเท็จจริงทางด้านแนวความคิดของผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ที่มีต่อหมีกึ่งสำเร็จรูป ทั้งทางด้านคุณค่าอาหาร รสชาติ การบรรจุหีบห่อ ราคา การโฆษณาจุดใจ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่จะประโยชน์ต่อผู้ผลิต
2. ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค ที่เป็นสาเหตุของการตัดสินใจซื้อหมีกึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เพื่อเป็นประโยชน์ ต่อผู้ผลิตและผู้จำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการให้บริการต่าง ๆ ได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตของการศึกษา

ได้ทำการสำรวจ ทศนคติและพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ โดยศึกษาข้อมูลจากประชากรตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและเอกชนที่สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยจำนวน 6 แห่ง จากทั้งหมด 19 แห่ง ซึ่งคิดเป็น 1 ใน 3 ของทั้งหมดโดยจะทำการสุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยของรัฐ 3 แห่ง และมหาวิทยาลัยของเอกชนอีก 3 แห่ง โดยเฉลี่ยแล้ว แห่งละ 25 คน

มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ที่ทำการศึกษามี ได้แก่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยศรีปทุม

การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบบมีวัตถุประสงค์ (Purposive) โดยจำนวนตัวอย่างที่จะทำการศึกษาทั้งหมด 150 ตัวอย่าง

นิยามศัพท์

หีบห่อ หมายถึง ภาชนะที่ใช้บรรจุหรือห่อหุ้มสินค้าประเภทอาหารกึ่งสำเร็จรูป เช่น ขวด ถัง กระป๋อง ฯลฯ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เป็นประโยชน์ในการรวมอาหารให้เป็นหมวดหมู่หรือเพื่อการเคลื่อนย้าย ในที่นี้ หมายถึง ภาชนะที่ห่อหุ้มบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป หมายถึง บะหมี่ที่ได้ผ่านกรรมวิธีและปรุงแต่งมาบ้างแล้ว และ
ใช้รับประทานหลังจากผ่านกรรมวิธีอย่างง่าย ๆ และใช้เวลาสั้น โดยการเติมน้ำร้อน การต้ม
หรือการเติมาอาหารอื่นลงไป

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป หมายถึง นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขต
กรุงเทพฯ

ทัศนคติ หมายถึง แนวความคิดของผู้บริโภค ในที่นี้ หมายถึง แนวความคิดของ
นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ทางด้านคุณค่าอาหาร รสชาติ การบรรจุหีบห่อ ด้านราคา
การโฆษณา และข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือวิธีการที่แสดงออกมาของผู้บริโภค ในที่นี้หมายถึง
ถึงเจเนาะพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ที่ต่อการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

การตรวจสอบเอกสาร

ดาร์ณี นานทอง (2522) ได้ศึกษาปริญญาโทระดับปริญญาโท ของจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย เรื่อง สถานการณ์หีบห่อสินค้าประเภทอาหารในประเทศไทย สรุปว่าการบรรจุหีบห่อ
เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้สินค้านั้นเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีบทบาทสำคัญคือป้องกัน
ความเสียหายอันอาจเกิดจากการขนส่งปกป้องสิ่งที่บรรจุอยู่ภายในมิให้เกิดความเสียหาย สะดวก
ต่อการบรรจุ เคลื่อนย้าย และเก็บรักษา ป้องกันมิให้สิ่งที่บรรจุภายในรั่วไหล มีเนื้อที่ว่างสำหรับ
เขียนข้อความแจ้งลักษณะผลิตภัณฑ์ โฆษณาสินค้านั้น อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา และ
สะดวกต่อการถ่ายเท ดังนั้น ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงบทบาทดังกล่าวข้างต้นด้วย จาก
การสำรวจ การบรรจุหีบห่อของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผู้บริโภคได้ให้ความเห็นว่าฉลากมีรายละเอียด
ชัดเจนดี ออกแบบดี สวยงาม เรียบร้อย ส่วนในเรื่องความสะดวกในการบริโภค ความสะดวก
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลอดภัย ง่ายต่อการเก็บรักษามิดชิด และรักษาสินค้าไว้ได้นาน ดีพอสมควร ส่วนทางด้านความกระตือรือร้น ดึงดูดความสนใจ ต้องมีการปรับปรุง

คำรงค์ วิวัฒนาไพบูลย์ลาภ (2525) ได้ศึกษาวิจัยปัญญานิพนธ์ระดับปริญญาโท ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป สรุปได้ว่า ปัจจุบันนี้บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้รับความนิยมมากเพราะ สะดวกในการปรุงรับประทาน ประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้ผลิตได้ผลออกมาสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างไม่หยุดยั้ง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ผลิตออกมานั้นมี 2 ประเภท คือ 1.บะหมี่ที่นำมาทำให้แห้งโดยการทอดน้ำมัน จะเติมซุ๊ปและเครื่องปรุงแต่งกลิ่น รส ลงไปในเส้นบะหมี่หรือบรรจุซอง 2.บะหมี่วิธีอื่น ส่วนการเติมซุ๊ป และเครื่องปรุงแต่ง กลิ่น รส เป็นไปเช่นเดียวกับประเภทที่ 1 และส่วนประกอบหลัก คือ แป้งสาลี และซุ๊ป

ลำดวน เสวตมาลย์ (2526) ได้จัดทำหนังสือเรื่อง ความปลอดภัยในการบริโภคอาหารกึ่งสำเร็จรูป สรุปว่าอันตรายที่ปะปนอยู่ในอาหารกึ่งสำเร็จรูป มีด้วยกัน 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ 1.จุลินทรีย์และหนอนพยาธิที่ปะปนอยู่ในอาหาร ได้แก่ แบคทีเรีย ยีสต์ รา และหนอนพยาธิซึ่งเป็นต้นเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการเจ็บป่วยด้วยอาการของโรคระบบทางเดินอาหาร 2.สารเคมีต่าง ๆ เช่น ยาฆ่าแมลง และสารเคมีที่ใส่ลงไปเพื่อปรุงแต่ง กลิ่น รส เช่น โลหะหนัก ซึ่งสารเคมีเหล่านี้จะสะสมในร่างกายเมื่อมีมากจะตายได้ สำหรับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป สารเคมีที่เคยตรวจพบคือ บอแรกซ์ ซึ่งมีคุณสมบัติทำให้กรอบ ใช้สำหรับผสมกับแป้งสำหรับทอด ผงชูรส มีอำนาจในการกระตุ้นประสาทรับรสทำให้รู้สึกว่าการกินอาหารได้อร่อย ซึ่งจะทำให้เกิดอาการนิ่วในปอด หรือ ร้อนวูบวาบที่ก้านคอ และแสบ คลื่นไส้ อาเจียนเพราะผงชูรส จะไปทำลายเซลล์สมอง ดังนั้นถึงแม้ในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจะมีคุณค่าทางด้านอาหาร แต่ก็มีสารที่เป็นอันตรายอยู่ จึงไม่ควรที่จะรับประทานมากเกินไป ปกติไม่ควรได้รับผงชูรสเกินกว่าวันละ 1 ช้อนชาวน ๆ หรือเท่ากับ 6 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วนิดา สิกขิณฤทธิ (2527) ได้จัดทำหนังสือ เรื่องคุณสมบัติและโทษของอาหารสรุปได้ว่าบะหมี่นั้น มีส่วนผสมของแป้งสาลีซึ่งให้คุณค่าด้านคาร์โบไฮเดรต ไข่ ให้คุณค่าทางโปรตีน น้ำป้อนให้แคลเซียม และมีปริมาณของผงชูรสในรูปของโมโนโซเดียมกลูตาเมต , กรดอมิโนที่จำเป็นต่อร่างกาย และให้คุณค่าทางโภชนาศาสตร์ของโปรตีน อัตราส่วนของกรดกลูตามิกต่อไนโตรเจน เป็นค่าที่ใช้ในการวัดสารเติมผงชูรสลงไปในส่วนผสมของน้ำปลา พบว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทุกชนิดมีการเติมผงชูรสลงไปในเครื่องปรุง และยังพบอีกว่า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปให้คุณค่าทางโปรตีนน้อยกว่าเส้นบะหมี่ จึงไม่ควรรับประทานทันทีควรเพิ่มผักและเนื้อบางอย่างจะทำให้คุณค่าทางโปรตีนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น หญิงมีครรภ์และหญิงแม่ลูกอ่อน ไม่ควรจะได้รับประทาน เพราะมีปริมาณของผงชูรสมาก

วิธีการศึกษา

1. การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการรวบรวมเอกสารจาก กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ทางด้านสถิติ ตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ประวัติ การผลิต และการตลาด รวมถึงปัญหาต่าง ๆ ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเกี่ยวกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หอสมุดกลางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทางด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ห้องสมุดมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ทางด้านข้อมูลทั่วไปของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้ใช้วิธีการสำรวจ (Survey Method) แบบ Personal โดยการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบบมีวัตถุประสงค์ (Purposive) โดยใช้ทั้งตัวแบบและตัวแปรอิสระทั้งหมด 150 ชุด แต่ละชุดมีคำถาม 25 ข้อ เพื่อการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะแยกทำการวิเคราะห์เป็น 2 ด้าน คือ

2.1 ทางด้านทัศนคติและพฤติกรรม

- ทางด้านทัศนคติของผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทางด้านคุณค่าอาหาร รสชาติ การบรรจุหีบห่อ ราคา การโฆษณา และข้อคิดเห็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

- ทางด้านพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษา ทางด้านการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป การเลือกซื้อเฉพาะตรา ปริมาณการซื้อต่อเดือน สถานที่ซื้อ และอิทธิพลอื่น ๆ ที่มีต่อการบริโภค

หลังจากได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้ว ก็ทำการรวบรวมข้อมูล และทำการแจกแจงข้อมูลแล้ววัดค่าออกมาเป็นร้อยละ และทำการตรวจสอบอีกครั้ง แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นด้วยวิธี Chi-Square พร้อมทำการแปลความหมายเพื่อหาข้อสรุปว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งขึ้น

2.2 ทางด้านรูปแบบวิถีการตลาดทั่ว ๆ ไป ของผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป โดยทำการหาข้อมูลจากเอกสารหรือหนังสือต่าง ๆ

เมื่อได้ข้อมูลทั้งหมดแล้ว ก็นำข้อมูลปฐมภูมิมารวบรวมกับข้อมูลทุติยภูมิอีกครั้ง และทำการตรวจสอบ เรียบเรียง ประมวลผล และเสนอแนวความคิดต่าง ๆ ในการทำการศึกษาค้นคว้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ

$$\text{ร้อยละ (\%)} = (X/N) \times 100$$

โดยกำหนดให้ X : จำนวนตัวอย่างที่ทำการศึกษา

N : จำนวนประชากรที่ทำการศึกษา

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k (O_{ij} - E_{ij})^2 / E_{ij}$$

โดยกำหนดให้ O_{ij} : ค่าที่สังเกตได้จากแถวตอนที่ i แถวตั้งที่ j

E_{ij} : ค่าคาดหวังที่ได้จากแถวตอนที่ i แถวตั้งที่ j

O_i : ผลรวมของค่าสังเกตในแถวตอนที่ i

O_j : ผลรวมของค่าสังเกตในแถวตั้งที่ j

r : เป็นจำนวนแถว

k : เป็นจำนวนแถวตั้ง

E_i : ค่าคาดหวังในแถวตอนที่ i

E_j : ค่าคาดหวังในแถวตั้งที่ j

$\sum E_{ij}$: คำนวณได้จากผลรวมของ $(O_i \times E_j) / N$

เปิดตารางค่า X^2 ที่ $\alpha = 0.01$ และ 0.05

$$d.f. = (r-1)(k-1)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานของการศึกษา

1. ปัจจัยทางด้านรายได้ของผู้บริโภค มีผลต่อ ปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
ของผู้บริโภค
2. ปัจจัยทางด้านสถานที่พักอาศัย มีผลต่อ ปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของ
ผู้บริโภค
3. การโฆษณา มีผลต่อ ปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภค



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

อุตสาหกรรมเบหมิกิ่งสำเร็จรูป

ประวัติความเป็นมาของเบหมิกิ่งสำเร็จรูป

เบหมิกิ่งสำเร็จรูป หมายถึง ผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วยเบหมิที่ทำให้สุกแล้ว หรือสุกบ้างแล้ว ซุปและเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรสอื่น ๆ ในอัตราส่วนที่เหมาะสมบรรจุในภาชนะเดียวกัน ซึ่งประเทศญี่ปุ่นนับว่าเป็นประเทศแรกที่คิดเบหมิกิ่งสำเร็จรูปขึ้นเมื่อประมาณ 20 กว่าปีมาแล้ว ต่อมาได้มีประเทศต่าง ๆ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ และ ประเทศไทย ได้นำกรรมวิธีการผลิตเบหมิกิ่งสำเร็จรูปเข้ามาผลิตบ้าง ในระยะแรก ๆ เบหมิกิ่งสำเร็จรูป มีลักษณะเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือยซึ่งนิยมบริโภคกันในกลุ่มบุคคลที่มีรายได้สูงเป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ได้ขยายตัวรวดเร็วไปมาก ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ชนิดที่เรียกว่าต้องแข่งขันกับเวลา ดังนั้น อาหารสำเร็จรูปและเบหมิกิ่งสำเร็จรูปบางชนิด เช่น เบหมิกิ่งสำเร็จรูป จึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชนทุกระดับ และเป็นที่ยอมรับบริโภคกันอย่างกว้างขวางมาจนทุกวันนี้

สำหรับประเทศไทย ปัจจุบัน เบหมิกิ่งสำเร็จรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่นิยมบริโภคกันอย่างแพร่หลายในหมู่ประชาชนทุกระดับ ทุกอาชีพ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเบหมิกิ่งสำเร็จรูปที่สะอาด ถูกหลักอนามัย มีคุณค่าทางอาหาร ราคาถูกพอสมควร สะดวกและประหยัดเวลาในการปรุงเพื่อรับประทาน และเป็นการเหมาะสมแก่สภาวะการทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ซึ่งประชาชนส่วนมาก จำเป็นต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ไป เพื่อการประกอบอาชีพและอื่น ๆ ที่จำเป็นกว่า ฉะนั้น ผลิตภัณฑ์เบหมิกิ่งสำเร็จรูป จึงนับว่า มีส่วนช่วยประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่ายและอำนวยความสะดวกในการประกอบอาหารแก่ประชาชนทั่วไปเป็นอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาวะการผลิต

การผลิตเบหมิ้งสำเร็จรูปในประเทศไทย เป็นการผลิตชนิดสมบูรณ์แบบ คือ เริ่มตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบจนถึงการผลิตขั้นสุดท้าย คือ ผลิตภัณฑ์เบหมิ้งสำเร็จรูปบรรจุของ เรียบร้อย โรงงานเบหมิ้งสำเร็จรูปผลิตด้วยเครื่องจักร เริ่มมีการก่อตั้งครั้งแรกเมื่อปี 2515 พร้อมกัน 3 โรงงาน ต่อมาเมื่อปี 2516 มีผู้ก่อตั้งใหม่อีก 1 โรงงานคือ โรงงานของบริษัท ไทยเพรสซิเดนทึลส์ จำกัด หลังจากเปิดดำเนินการไปได้ระยะหนึ่ง ก็ขยายกิจการโดยขอ ตั้งโรงงานใหม่ขึ้นที่ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี อีกแห่งหนึ่ง โดยโรงงานแห่งใหม่นี้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนด้วย และในปี 2523 มีผู้ตั้งโรงงานอีก 1 โรงงาน ด้วย ปัจจุบัน มีผู้ผลิตเบหมิ้งสำเร็จรูปอยู่ 5 บริษัทด้วยกัน (ตารางที่ 1)

กรรมวิธีการผลิต

1. วัตถุดิบ

1.1 ส่วนประกอบหลัก

- แป้งสาลี
- ชุป

1.2 ส่วนประกอบอื่น ๆ ที่อาจมีได้

- แป้งชนิดอื่น
- ไข่
- น้ำมันและไขมันบริโภค

1.3 เครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส ได้แก่

- เกลือ
- พริกไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ประกอบการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า และอื่น ๆ (ถ้ามี)

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 จำนวนโรงงาน จำนวนเงินทุน จำนวนคนงาน

ชื่อโรงงาน	เปิดดำเนินการ	กำลังผลิต (กก./ปี)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	จำนวนคนงาน (คน)	ชื่อผลิตภัณฑ์ที่ ทำการผลิต
บ.ไทยชั้นนำฟู้ดส์ อินดรัสเตรียล จำกัด	24 มี.ย.15	1,326,200	15.0	168	ชั้นนำ, จาย่า ฮ่องเต้, โคคา
บ.วันไทยอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด	20 ก.ค.15	5,653,028	7.6	200	ธำธำ
บ.โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด	พ.ย.15	1,782,000	48.0	399	ไวไว
บ.ไทยเพรสซิเด็นท์ฟู้ดส์ จำกัด	1 ม.ค.15	5,292,000	40.0	950	มาม่า
บ.ยูไนเต็ดมิลค์ จำกัด	ก.ค.23	112,320	100.0	275	แม็กกี้
รวม		14,165,548	210.6	1,992	

ที่มา : (กองเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม)

1.4 วัตถุเจือปนในอาหาร

1.4.1 วัตถุกันเสีย

เป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 20 (พ.ศ.2517)

เรื่องการใช้วัตถุเจือปนในอาหาร (Food additives) และฉลากสำหรับอาหารที่มีวัตถุเจือปนในอาหาร

1.4.2 วัตถุที่ใช้ปรุงแต่งรสอาหาร

- โมโนโซเดียม แอล-กลูตาเมต โมโนไฮเดรต (monosodium L-glutamate monohydrate)
- ไดโซเดียมอินโนซิเนต (disodium inosinate) หรือแคลเซียมอินโนซิเนต (calcium inosinate)
- ไดโซเดียมกัวนิเลต (disodium guanylate) หรือแคลเซียมกัวนิเลต (calcium guanylate)

1.4.3 วัตถุที่ทำให้เส้นขนมปังเหนียว

- โซเดียมคาร์บอกซีเมทิลเซลลูโลส (sodium carboxy methyl cellulose)
- โซเดียมไฮโดรเจนคาร์บอเนต (sodium hydrogencarbonate)

1.4.4 สีผสมอาหาร

เป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 37 (พ.ศ.2520)

เรื่องกำหนดสีผสมอาหาร เป็นอาหารที่ควบคุม และกำหนดคุณภาพ หรือมาตรฐานการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

การผสมและฉลาก

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ต่อ 1,000 กล้อง

รายการวัตถุดิบ	ปริมาณที่ใช้
แป้งสาลี	1,604.14 กก.
น้ำมันหมู	500 กก./วัน/เครื่อง
เครื่องปรุงแต่งรส	539 กก.
สีผสมอาหาร	36 กรัม
กล่องกระดาษ	205 กก.
กระดาษห่อ	80 กก.

3. ต้นทุนการผลิต

โครงสร้างต้นทุนการผลิตแบบหึ่งสำเร็จรูป/1ตัน	ของผู้ผลิตแต่ละราย	จะไม่
แตกต่างกันมากนัก	ซึ่งจะเป็นดังนี้	
1. ค่าวัตถุดิบ	ประมาณร้อยละ	68.6
2. ค่าแรงงาน	ประมาณร้อยละ	5.6
3. ค่าใช้จ่ายในการผลิต		
- ค่าพลังงานในการผลิต	ประมาณร้อยละ	12.1
- ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	ประมาณร้อยละ	4.5
- ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	ประมาณร้อยละ	9.2
		<u>25.8</u>
		<u>100.0</u>

ที่มา : (บริษัท ไทยเพรสซิเด้นท์ฟู้ด จำกัด)

4. การผลิต

4.1 ขั้นตอนการผลิต

วัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นสิ่งที่มีประโยชน์และมีคุณค่าต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ร่างกายมาก อาทิเช่น แป้งสาลี กุ้ง ไข่สด เนื้อหมูแดง กระเทียม เป็นต้น ซึ่งสิ่ง
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหล่านี้มีทั้งโปรตีน แคลเซียม เหล็กแร่ คาร์โบไฮเดรต และวิตามินอื่น ๆ ซึ่งการผลิตจะทำโดยใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย โดยทำเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ผสมแป้งสาลี (ใช้สำหรับบางโรงงานที่ต้องการใช้) เครื่องปรุงรส และ สารเคมีโซเดียมคาร์บอกซีเมทิลเซลลูโลส (sodium carboxy methylcellulose) คือ สารที่ทำให้เหนียว แล้วใส่ส่วนผสมอาหาร โดยใช้เวลาประมาณ 20 นาที

ขั้นที่ 2 นำแป้งที่ผสมเรียบร้อยแล้วเข้าเครื่องรีดออกมาเป็นแผ่น โดยใช้ความร้อนประมาณ 110-120 องศาเซลเซียส ใช้เวลาประมาณ 20 นาที

ขั้นที่ 3 จากแป้งที่นำเข้าไปในเครื่องรีดออกมาเป็นแผ่นแล้วขยี้เป็นเส้น เพื่อส่งเข้าหม้ออบไอน้ำ ปล่อยให้เส้นสุกโดยใช้ความร้อนประมาณ 1-5 กิโลกรัม ต่อตารางเซนติเมตร เวลาประมาณ 2 นาที

ขั้นที่ 4 ตัดแป้งที่รีดออกมาเป็นส่วน ๆ ตามที่ต้องการ แล้วร่อนน้ำซุปลงในอัตราส่วน 10 กรัม ต่อ ห่อ

ขั้นที่ 5 นำเส้นบะหมี่ที่ผ่านการร่อนน้ำซุปลง จัดวางในตะแกรงเพื่อนำไปทอด

ขั้นที่ 6 น้ำมันที่ใช้สำหรับทอดบะหมี่ มีความร้อนประมาณ 140-150 องศาเซลเซียส ใช้เวลาประมาณ 3 นาที เพื่อให้กรอบ

ขั้นที่ 7 เมื่อทำการทอดเรียบร้อยแล้ว ใช้พัดลมเป่าให้เย็น โดยใช้เวลาประมาณ 3 นาที

ขั้นที่ 8 นำบะหมี่ที่สุกแล้วบรรจุเข้าเครื่องบรรจุซอง

ขั้นที่ 9 บรรจุกล่องและพร้อมที่จะเตรียมส่งไปจำหน่ายได้

* หมายเหตุ : สำหรับน้ำมันที่ใช้ทอดนั้น จะมีสาร Antioxidant เพื่อให้บะหมี่อยู่ได้นานเป็นการกันเหิน

4.2 การทำน้ำซุปล

น้ำไก่ หรือก้าง หรือหมู น้ำข้าว น้ำตาล เกลือ น้ำมันหมู ผงชูรส

นำส่วนผสมทั้งหมดใส่ลงในหม้อต้มจนเดือดแล้วจะกรองเอาแต่น้ำซุปลไป

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้ในการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ตามขั้นตอนดังกล่าวมาแล้ว ซึ่งการนำกุ้ง ไข่ หรือหมู มาใช้ในการปรุงน้ำซุสนั้น จะขึ้นอยู่กับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแต่ละรสที่จะผลิตออกมาจำหน่าย ในท้องตลาด

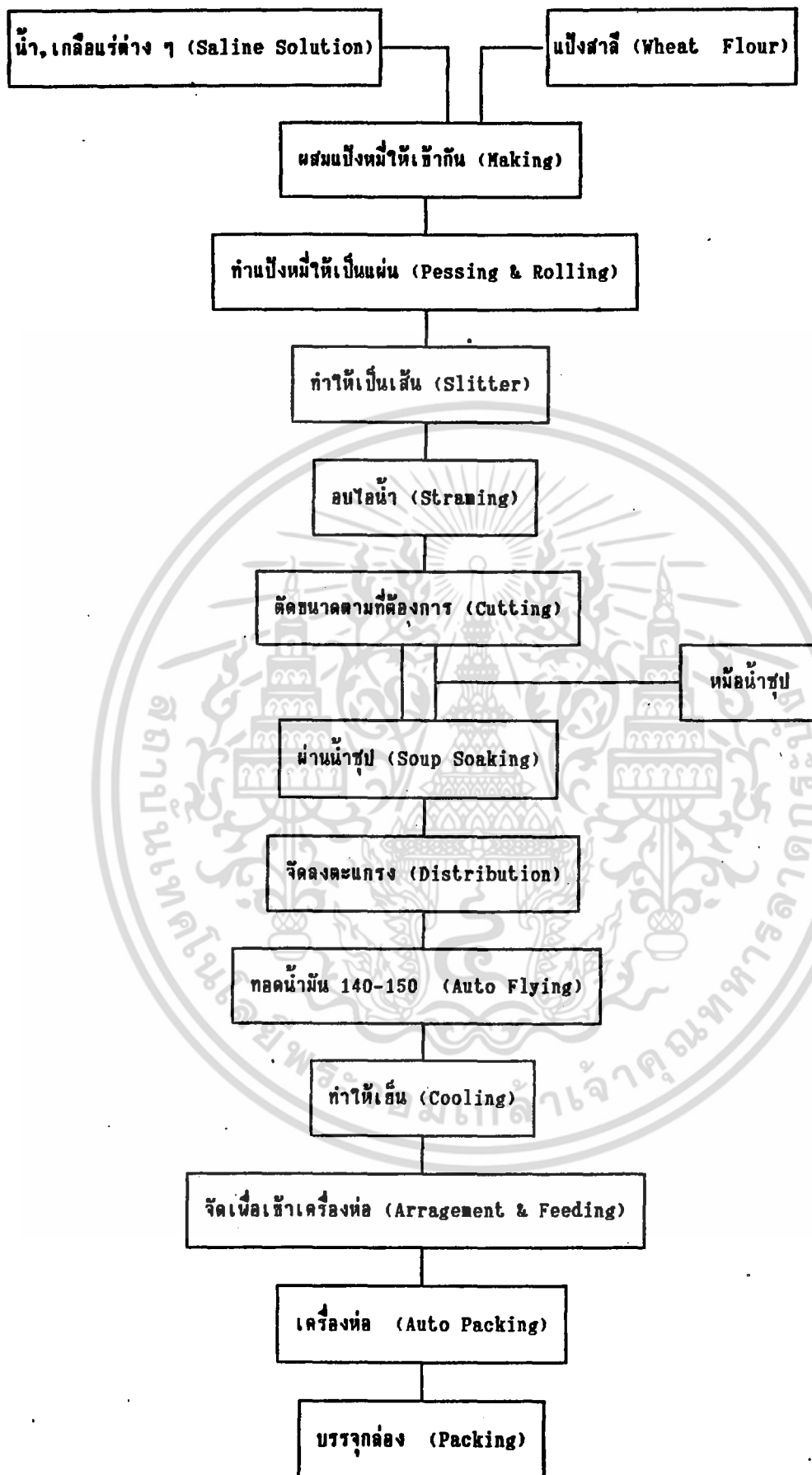
จากขั้นตอนการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนี้ เป็นการกล่าวถึงขั้นตอนการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของโรงงานผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทั่วไปที่มีอยู่ ซึ่งในขั้นตอนการผลิตจะคล้ายกันมาก จะแตกต่างกันก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น (แผนภาพที่ 1)

ปัญหาการผลิต

การผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปัจจุบันมีปัญหาใหญ่ ๆ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ซึ่งมีราคาสูงขึ้นอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นมาก แต่ราคาจำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไม่สามารถเพิ่มขึ้นให้สูงตามไปได้ ทั้งนี้เพราะมีการแข่งขันกันมากนั่นเอง
2. ปัญหาปัจจัยการผลิตอื่น ก็มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นด้วย เช่น ค่าแรงงาน ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น ทำให้ต้นทุนการผลิตยิ่งสูงมากขึ้น
3. วัตถุดิบบางชนิดต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ผงหัวหอมใหญ่ ผงกระเทียม และน้ำมันปาล์มชนิดดี ซึ่งไม่มีการผลิตในประเทศ แต่อัตราการนำเข้าสูงมาก เป็นอุปสรรคต่อการผลิต
4. หน่วยงานของทางราชการ ที่มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารมีกฎระเบียบเข้มงวดกวดขันมาก ทำให้ต้องมีการหยุดเดินเครื่องจักรในบางครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขสูตรอาหารบางอย่างเพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบ ทำให้การผลิตต้องหยุดชะงัก และวัตถุดิบบางชนิดต้องเสื่อมคุณภาพไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แผนภาพที่ 1 กรรมวิธีการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป (Processing Chart In Making Instant noodle)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ที่มา : (กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม)
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีตลาดกระจายอยู่ทั่วทุกภาคโดยแบ่งเป็นตลาดในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงประมาณร้อยละ 45 ที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 55 เป็นตลาดในต่างจังหวัด โดยเฉพาะในเขตตัวเมืองใหญ่ ๆ อย่างไรก็ตาม ตลาดของผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปอาจกล่าวได้ว่ายังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด ทั้งนี้เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจการค้า การอุตสาหกรรม และการบริการต่าง ๆ รวมตัวอยู่แต่ในเขตเมืองใหญ่ ๆ ดังกล่าว ซึ่งประชาชนที่อยู่ในพื้นที่เหล่านี้ จำเป็นต้องใช้เวลาออกไปประกอบอาชีพเป็นส่วนใหญ่ ทำให้เวลาในการประกอบอาหารผู้บริโภคมีน้อยลง จึงหันมาใช้บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแทน บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนับว่าเป็นอาหารหลักประเภทหนึ่งที่คนในเมืองหลวงและเมืองใหญ่ ๆ นิยมบริโภคกัน เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลาได้มาก ส่วนประชาชนที่อยู่ในชนบท และท้องถิ่นที่ห่างไกลไม่ค่อยนิยมบริโภค ทั้งนี้อาจเป็นเพราะยังมีอาหารสดต่าง ๆ สมบูรณ์ และรายได้โดยทั่วไปค่อนข้างต่ำ จึงเห็นว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย

ลักษณะตลาด

ตลาดของผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปภายในประเทศ เป็นตลาดที่มีลักษณะแข่งขันกันเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านราคาจำหน่าย ด้านการโฆษณา ด้านการบรรจุหีบห่อ ตลอดจนปริมาณ และคุณภาพ นอกจากนี้ผู้ผลิตแต่ละรายต่างก็พยายามคิดประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์แบบแปลก ๆ ใหม่ ๆ รวมถึงการตั้งชื่อของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจออกมาแข่งขันเพื่อแย่งตลาดกันอยู่ตลอดเวลา และโดยที่การแข่งขันมีลักษณะค่อนข้างรุนแรงดังกล่าวแล้ว ผู้ผลิตทุกรายจึงเห็นว่าควรจะได้มีการเจรจาหารือกันเพื่อลดการแข่งขันลง และต่อมาก็ได้มีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นชมรมขึ้นเพื่อจัดปัญหาการแข่งขันและจัดระบบการจำหน่าย ตลอดจนการตั้งราคาจำหน่ายให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันได้สำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการจำหน่าย

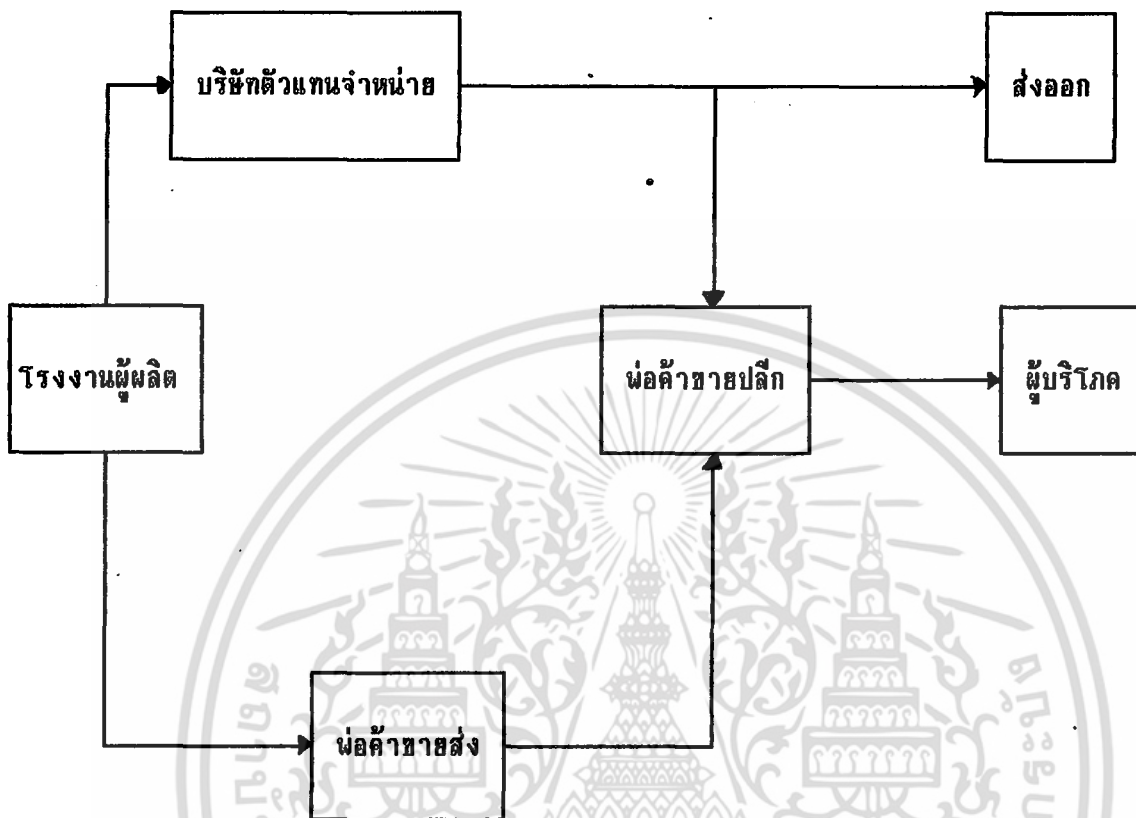
ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีตลาดทั้งภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการจำหน่ายสรุปได้เป็น 3 วิธีดังนี้คือ (แผนภาพที่ 2,3)

1. ส่งตรงจากโรงงานผู้ผลิตไปยังบริษัทซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่าย เช่น บริษัทไทยเนรสซีเดนท์ฟู้ดส์ จำกัด จำหน่ายผ่านบริษัท สหพัฒน์นิบูลย์ จำกัด บริษัท วันไทยอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด จำหน่ายผ่านบริษัท อาซิโนโมะโตะ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น
2. จากโรงงานผู้ผลิตส่งตรงไปยังพ่อค้าส่ง เนื่องจากไม่มีบริษัทในเครือที่เป็นผู้แทนจำหน่าย เช่น บริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด เป็นต้น
3. ในกรณีที่ส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ จะส่งผ่านบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายวิदेशี

ความต้องการ

ในระยะแรก ๆ ที่มีการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในประเทศ ความต้องการบริโภคในหมู่ประชาชนชาวไทยยังมีไม่มากนัก ทั้งนี้เพราะมีราคาค่อนข้างแพง และรสชาติไม่เป็นที่นิยมของคนไทย ฉะนั้น ตลาดส่วนใหญ่จึงมุ่งผลิตสนองความต้องการเฉพาะชาวต่างประเทศที่เข้ามาอาศัยหรือประกอบธุรกิจในประเทศไทย และกลุ่มคนไทยที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ต่อมาในระยะหลัง ๆ มีผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้นอีกหลายราย ทำให้มีการแข่งขันกันทางด้านราคา ซึ่งทำให้ราคาถูกลง จึงทำให้ตลาดขยายตัวออกไปมาก ในช่วงระยะ 9-10 ปี ที่ผ่านมา ตลาดได้ขยายตัวออกไปสู่ภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความต้องการของตลาดขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางมากกว่าภาคอื่น ๆ ทั้งนี้เป็นเพราะภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีการพัฒนาเมืองใหญ่ ๆ ขึ้นหลายแห่ง ทำให้เกิดมีย่านธุรกิจการค้า การอุตสาหกรรม และบริการขึ้นมากมาย ประกอบกับประชาชนในภาคนี้มีจำนวนมากและเริ่มหันมานิยมบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป จึงกลายเป็นตลาดแหล่งใหญ่อยู่ในปัจจุบันนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แผนภาพที่ 2 ขั้นตอนการจำหน่ายมะขามทั้งสำเร็จรูปภายในประเทศไทย

ที่มา : (กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม)

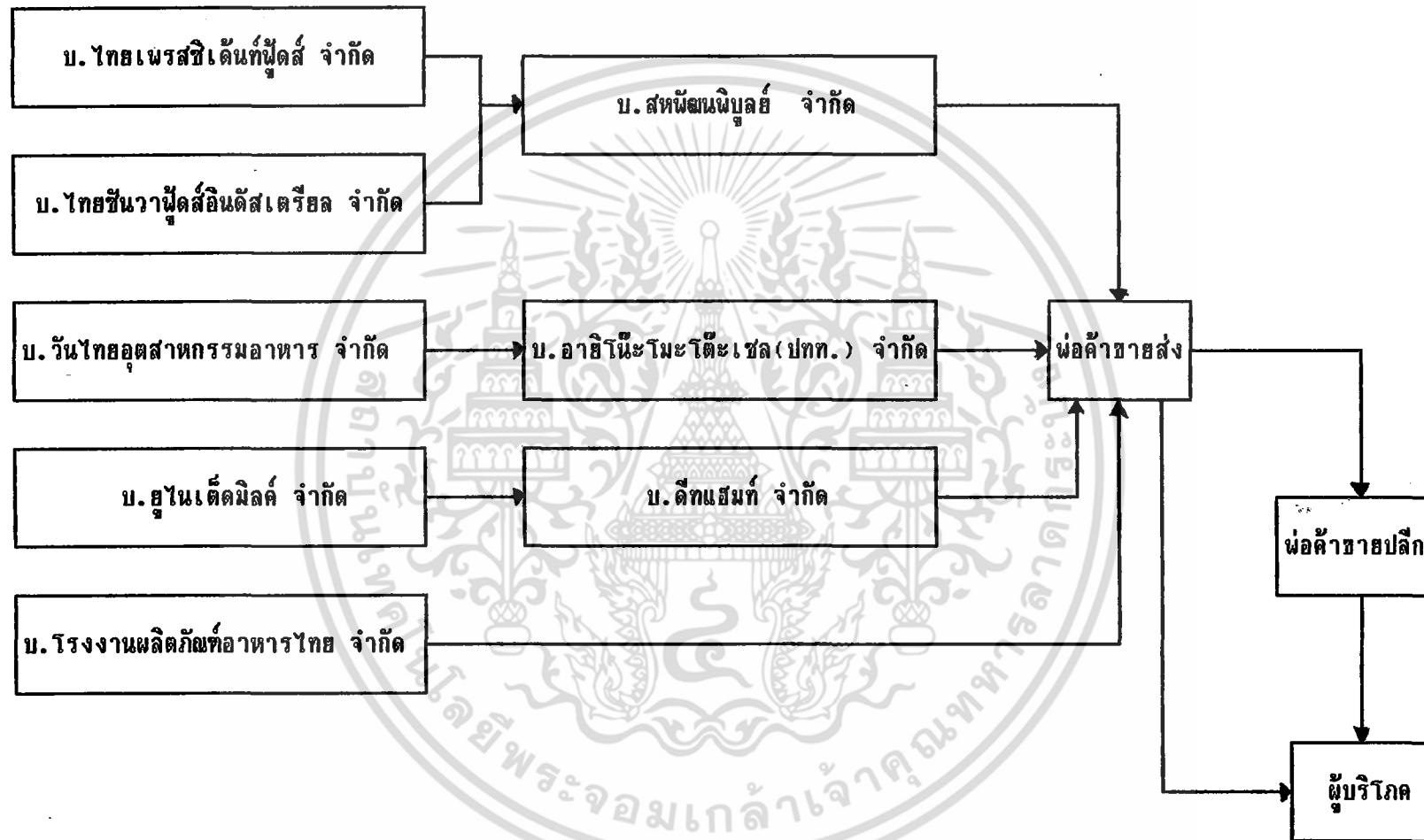
ตลาดภายในประเทศ

ตลาดในประเทศแหล่งใหญ่ ๆ ในปัจจุบันก็ยังคงเป็นตลาดในกรุงเทพมหานคร และ จังหวัดใกล้เคียง และในเขตตัวเมืองใหญ่ ๆ แต่ก็มีแนวโน้มที่จะกระจายไปสู่ตลาดชนบทที่มีการคมนาคมขนส่งสะดวก และแหล่งที่มีประชาชนอาศัยอยู่หนาแน่น ประกอบกับราคาของผลิตภัณฑ์มะขามทั้งสำเร็จรูปถูกลงมาก พ่อค้าคนซึ่งมีรายได้น้อยจะหาซื้อมาบริโภคได้ ดังนั้น ตลาดในประเทศของผลิตภัณฑ์นี้ จึงสามารถขยายออกไปได้มากและอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันความต้องการมะขามทั้งสำเร็จรูปมีประมาณปีละ 16,000-17,000 ตัน ซึ่งกำลังผลิตส่วนรวมที่มีอยู่ภายในประเทศขณะนี้ไม่พอกับความต้องการ ทั้งสิ้น คือยังจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บริษัทผู้ผลิต

บริษัทผู้แทนจำหน่าย



แผนภาพที่ 3 แผนผังแสดงช่องทางการจัดจำหน่าย

ที่มา : (กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม)

มีเพียงพอที่จะสนองความต้องการดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนำเข้าบางส่วน แต่ก็มีเพียงจำนวนเล็กน้อย คิดเป็นมูลค่าประมาณปีละ 300,000-400,000 บาท และนำเข้ามาสสนองความต้องการชาวต่างประเทศกลุ่มเล็ก ๆ ที่เข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย ส่วนใหญ่นำเข้าจากฮ่องกง และญี่ปุ่น

ปัญหาการตลาด

1. ปัญหาการแข่งขันด้านราคาจำหน่าย แม้ว่าจะได้มีการแก้ไขปัญหาโดยการร่วมกันตั้งชมรมผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขึ้นแล้วก็ตาม แต่การขายตัดราคากันเองก็ยังไม่หมดไปเสียทีเดียว เพียงแต่ภาวะการแข่งขันไม่รุนแรงเช่นแต่ก่อน ที่เป็นดังนี้ก็เพราะว่า ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน เพราะเสื่อมคุณภาพ ผู้ผลิตแต่ละราย จึงจำเป็นต้องการทางระบายสินค้า ที่มีอยู่ในสต็อกออกจำหน่ายโดยเร็ว จึงหลีกเลี่ยงการตัดราคากันไม่ขึ้น แต่ก็ไม่รุนแรงนัก
2. ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสูง เนื่องจากเป็นสินค้าค่อนข้างใหม่ และยังจำเป็นต้องผลิตยี่ห้อใหม่ ๆ ออกมาเรียกร้องความสนใจ และดึงดูดใจผู้บริโภค อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย จึงทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายสูงมาก
3. การขยายตลาดไปทางด้านชายแดนเขมรและลาว ทำได้ลำบากและมีอุปสรรคมาก ทั้งนี้เป็นเพราะนโยบายทางด้านการเมืองและการทหาร โดยถือว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นสินค้ายุทธปัจจัยอย่างหนึ่ง ทำให้การตลาดในพื้นที่ดังกล่าวไม่สามารถกระทำได้เท่าที่ควร
4. ทางด้านตลาดต่างประเทศ เนื่องจากบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจากไทยมีราคาค่อนข้างสูงกว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจากฮ่องกง ไต้หวัน และญี่ปุ่น ทำให้การแข่งขันในต่างประเทศอยู่ในฐานะเสียเปรียบ ทั้งนี้เพราะต้นทุนการผลิตในประเทศไทยสูงกว่าประเทศคู่แข่งดังกล่าว
5. การส่งออกบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของไทย ใช้วิธีขนส่งทางเรือ แต่เนื่องจากธุรกิจการเดินเรือทะเลของไทยมีน้อย จึงต้องใช้เรือจากต่างประเทศ เป็นพาหนะขนส่ง ซึ่งในบางครั้งมีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องเวลาของเรือที่จะเข้ามารับสินค้า หรือมีปัญหาทางด้านค่าระวางตลอดจนพื้นที่ระวางในเรือ ทำให้ต้องเสียเวลาในการเจรจา และรอคอยเรือ ซึ่งทำให้สินค้าไม่ทั่วกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากประเทศไทยต้องเสียโอกาส และผู้ซื้อก็จะหันไปซื้อสินค้าจากประเทศอื่นแทนที่

ความช่วยเหลือของรัฐบาล

อุตสาหกรรมการผลิตเบหมิ้งสำเร็จรูปที่ได้เจริญเติบโตมาจนทุกวันนี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นเพราะความรู้ ความสามารถของฝ่ายเอกชนเป็นส่วนใหญ่ ทางภาครัฐบาล เป็นเพียงอำนวยความสะดวกและการให้บริการด้านต่าง ๆ เท่านั้น เพราะอุตสาหกรรมประเภทนี้ เอกชนสามารถประกอบกิจการโดยลำพังได้ โดยใช้เงินทุนไม่มากนัก และการใช้เทคโนโลยีก็ไม่สูงมาก อย่างไรก็ตาม ความช่วยเหลือของรัฐบาลที่ให้แก่อุตสาหกรรมประเภทนี้ ก็มีอยู่บ้าง คือ

1. ให้การส่งเสริมการลงทุน เพื่อให้อุตสาหกรรมนี้ได้รับสิทธิและประโยชน์บางประการในระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลง อันจะเป็นผลดีต่อการส่งออกไปแข่งขันในตลาดต่างประเทศ
2. ลดหย่อนภาษีการค้าให้แก่ผู้ผลิตวัตถุดิบที่จำหน่ายให้แก่ บริษัทผู้ผลิตเบหมิ้งสำเร็จรูป ซึ่งจะมีผลทำให้วัตถุดิบสำคัญ ๆ มีราคาถูกลง เช่น แป้งสาลี น้ำมันปาล์ม เป็นต้น เป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตให้แก่ผู้ผลิตเบหมิ้งสำเร็จรูป
3. ทางราชการได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อควบคุมคุณภาพและมาตรฐานอาหารเบหมิ้งสำเร็จรูปประเภทเบหมิ้งไว้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้บริโภคได้อย่างปลอดภัย ซึ่งเป็นผลดีที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือทางด้านคุณภาพและความปลอดภัย อันเป็นผลในการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์เบหมิ้งสำเร็จรูปปราศจากอุปสรรค

ต้นทุนในอนาคต

แนวโน้มในอนาคตของอุตสาหกรรมเบหมิ้งสำเร็จรูป อาจกล่าวได้ว่า ค่อนข้างแจ่มใส โดยพิจารณาจากภาวะการผลิตและการจำหน่ายที่ผ่านมา ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ไม่ว่าจะเป็นรายใด ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยเฉพาะสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ทำให้จำเป็นต้องทำงานแข่งกับเวลา ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารสำเร็จรูปจึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญ เพราะสามารถประหยัดเวลา อีกทั้งราคาก็ค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับอาหารสดทั้งหลาย ฉะนั้น การขยายตลาดภายในประเทศจึงน่าจะมีช่องทางที่ดี ประกอบกับสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยทั่วไปก็กำลังเริ่มฟื้นตัวขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ภาวะการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขยายตัวออกไปได้อีก สำหรับทางด้านตลาดต่างประเทศนั้น ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป 2-3 ราย ก็กำลังพยายามขยายตลาดออกไปทางตะวันออกกลาง และแอฟริกาใต้ โดยเฉพาะตะวันออกกลางมีแนวโน้มที่จะเป็นตลาดส่งออกแหล่งใหญ่ในอนาคต ส่วนตลาดเดิมที่มีอยู่ คือ ตลาดในลาวและเขมร ปัจจุบันแม้ว่าจะมีอุปสรรคทางด้านการเมืองอยู่บ้าง แต่ก็เชื่อว่า เหตุการณ์ต่าง ๆ ก็จะไม่คลี่คลายไปในทางที่ดีในอีกไม่ช้า ซึ่งก็จะทำให้การส่งออกบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของไทย มีอนาคตแจ่มใสอย่างแน่นอน

บทที่ 3

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคขยะทิ้งสำเร็จรูปของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นประชากรตัวอย่าง จาก นักศึกษามหาวิทยาลัยทั้งสถาบันของรัฐและเอกชนที่สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรามคำแหง และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งสุ่มจากแต่ละแห่งจำนวน 25 ตัวอย่าง จำนวนประชากรทั้งหมดมี 150 ตัวอย่าง ซึ่ง ศึกษาโดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ตอนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขยะทิ้งสำเร็จรูป ตอนที่ 3 เกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ ขยะทิ้งสำเร็จรูป โดยมีผลการศึกษาดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

จากการศึกษาทางด้านข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้ศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ ชั้นปีที่กำลังศึกษา คณะที่ศึกษาอยู่ ระดับรายได้ต่อเดือน และสถานที่ที่พักอาศัย โดยการแจกแจงความถี่ พร้อมทั้งปรับให้อยู่ในรูปร้อยละ ปรากฏผลการศึกษาดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพศตารางที่ 2 เพศของผู้บริโภค

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	88	58.67
หญิง	62	41.33
รวม	150	100.00

จากประชากรตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 150 ตัวอย่าง พบว่าเป็นเพศชาย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 58.67 และเป็นเพศหญิงจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 41.33 จะเห็นว่าผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เนื่องจากเพศชายมักจะชอบความรวดเร็ว สะดวกสบาย จึงไม่ค่อยนิยมนิถินในการประกอบอาหาร รวมทั้งไม่ค่อยสนใจในคุณค่าอาหารมากนัก เพราะบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปใช้เวลาในการประกอบเพียง 2-3 นาทีก็สามารถรับประทานได้ทันที อีกทั้งยังราคาถูกและสะดวกในการซื้อหาเพื่อรับประทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ

ตารางที่ 3 ระดับอายุของผู้บริโภค

ระดับอายุ(ปี)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
16	1	0.67
17	3	2.00
18	23	15.33
19	28	18.67
20	34	22.67
21	35	23.33
22	16	10.67
23	8	5.33
24	2	1.33
รวม	150	100.00

ลักษณะของคำถามเรื่องอายุของผู้บริโภค จะเป็นคำถามเปิดให้ผู้บริโภคตอบ เนื่องจากอายุของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย จะไม่แตกต่างกันนัก ดังนั้นการจะใช้คำถามปิด โดยแบ่งเป็นช่วงอายุให้ จะไม่เป็นการเหมาะสม ผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า นักศึกษาที่มีจำนวนมากที่สุด คือ อายุ 21 ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 รองลงมา คืออายุ 20 ปี มีจำนวน

34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันมาก นักศึกษาที่มีอายุน้อยที่สุด คือ 16 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ 16 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67 และนักศึกษาที่มีอายุมากที่สุด คือ อายุ 24 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33

ชั้นปีที่กำลังศึกษา

ตารางที่ 4 ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา

ชั้นปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	53	35.33
2	22	14.67
3	32	21.33
4	41	26.67
5	2	1.34
รวม	150	100.00

จากการศึกษาระดับชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ของประชากรตัวอย่าง ที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีมากที่สุดคือ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 35.33 รองลงมาคือ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 และมีนักศึกษาที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 5 อีก 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2 เหตุที่มีจำนวน

นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มากที่สุด เนื่องจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จะมีจำนวนวิชาที่เรียนค่อนข้างมากกว่า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุกชั้นปี และนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จะมีความตื่นตัวในการศึกษามากกว่าชั้นปีอื่น ๆ

คณะที่ศึกษาอยู่

ตารางที่ 5 คณะที่ผู้บริโภคมักกำลังศึกษาอยู่

คณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริหารธุรกิจ	44	29.33
วิศวกรรมศาสตร์	33	22.00
บัญชี	17	11.33
วิทยาศาสตร์	16	10.67
เศรษฐศาสตร์	7	4.67
นิเทศศาสตร์	7	4.67
เกษตรศาสตร์	7	4.67
มนุษยศาสตร์	5	3.33
สถาปัตยกรรมศาสตร์	4	2.67
ประมง	3	2.00
นิติศาสตร์	2	1.33
รัฐศาสตร์	2	1.33
ศึกษาศาสตร์	2	1.33
วนศาสตร์	1	0.67
รวม	150	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาคนที่กำลังศึกษาอยู่ พบว่า คณะบริหารธุรกิจมีจำนวนมากที่สุดคือ มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.33 รองลงมาคือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และคณะบัญชี 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 เนื่องจากมหาวิทยาลัยที่ไปทำการศึกษานี้ ส่วนใหญ่จะมีคณะดังที่กล่าวข้างต้น จึงทำการสุ่มได้นักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะดังกล่าว ส่วนคณะที่มีจำนวนประชากรตัวอย่างน้อยที่สุด คือคณะวนศาสตร์ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67 เนื่องจากคณะดังกล่าวทำการเปิดสอนเฉพาะที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เชียงใหม่เพียงเดียว

ระดับรายได้

ตารางที่ 6 ระดับรายได้ของผู้บริโภค

ระดับรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,500 บาท	20	13.34
1,501-2,500 บาท	68	45.33
2,501-3,500 บาท	41	27.33
มากกว่า 3,500 บาท	21	14.00
รวม	150	100.00

จากการศึกษาระดับรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะ
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 มีรายได้ระหว่าง 1,501-2,500 บาท มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 45.33 รองลงมาคือ
 ในวาระใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภครายได้ระหว่าง 2,501-3,500 บาท มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.33
 เนื่องจากระดับรายได้ดังกล่าวเป็นระดับรายได้ที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาที่สามารถ
 ใช้จ่ายได้เพียงพอในแต่ละเดือน

สถานที่ที่พักอาศัย

ตารางที่ 7 สถานที่ที่ผู้บริโภคพักอาศัยอยู่

สถานที่ที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
บ้านบิดา มารดา	68	45.33
บ้านเช่าหรือหอพัก	59	39.33
บ้านญาติ	22	14.67
บ้านเพื่อน	1	0.67
รวม	150	100.00

จากการศึกษาสถานที่ที่พักอาศัย จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่จะพักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา
 และเช่าหอพัก บ้านเช่า หรือนาวาร์ตเมนต์อยู่ โดยมีจำนวนผู้บริโภคที่พักกับบิดามารดามากที่สุดคือ
 มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 45.33 และเช่าหอพัก บ้านเช่า หรือนาวาร์ตเมนต์อยู่ มี
 จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 39.33 นอกจากนั้นก็พักอาศัยอยู่กับญาติ จำนวน 22 คน คิด
 เป็นร้อยละ 14.67 และพักบ้านเพื่อน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคขนมกึ่งสำเร็จรูป

รูปแบบการบริโภค

ตารางที่ 8 รูปแบบการบริโภค

รูปแบบการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ชง, ต้มกับน้ำร้อน	143	43.47
ปรุงเป็นอาหารอย่างอื่น	97	29.48
รับประทานแห้งๆ	89	27.05
รวม	329	100.00

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ลักษณะของคำถามเรื่องรูปแบบการบริโภคนั้น เป็นคำถามแบบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยมีตัวเลือกให้ 3 ตัวเลือก และอื่น ๆ อีก 1 ตัวเลือก จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ จะเลือกตอบทั้ง 3 ข้อ คือ ชงกับน้ำร้อนหรือต้มกับน้ำร้อน รับประทานแห้ง ๆ และ ผัดหรือปรุงเป็นอาหารอย่างอื่น แต่โดยสรุปแล้ว จะมีเปอร์เซ็นต์การบริโภคแบบชงกับน้ำร้อนหรือ ต้มกับน้ำร้อนมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 43.47 บริโภคโดยผัดหรือปรุงเป็นอาหารอย่างอื่น ร้อยละ 29.47 และรับประทานแห้ง ๆ ร้อยละ 27.05 เหตุที่มีการบริโภคแบบชงกับน้ำร้อน หรือต้มกับน้ำร้อนมากที่สุด เนื่องจากจะได้รสชาติมากกว่าการรับประทานแบบแห้ง ๆ และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า สะดวกกว่าการนำไปผัดหรือปรุงเป็นอาหารอย่างอื่นก่อนรับประทาน

แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่เลือกบริโภค

ตารางที่ 9 รสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่เลือกบริโภค

รส	จำนวน	ร้อยละ
ต้มยำกุ้ง	81	54.00
หมูสับ	48	32.00
เนื้อ	10	6.67
ไก่	10	6.67
เปิดต้น	1	0.66
รวม	150	100.00

จากการศึกษารสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด พบว่า ผู้บริโภคชอบบริโภครสต้มยำกุ้งมากที่สุด คือ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาคือรสหมูสับ มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และมีนักศึกษาชอบรสเนื้อ และรสไก่ จำนวนเท่ากัน คือ อย่างละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 นอกจากนี้ยังมีรสเปิดต้น อีก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ซื้อ

ตารางที่ 10 ผู้ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ผู้ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	114	76.00
บิดา มารดา	26	17.33
ญาติ	8	5.34
เพื่อน	2	1.33
รวม	150	100.00

จากการศึกษาถึงจำนวนผู้ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป พบว่า ผู้บริโภคที่จะรับประทานจะเป็นผู้ซื้อเองมากกว่า คือมีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 76 เนื่องจากบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสามารถซื้อหาได้ง่ายและราคาถูก ผู้บริโภคจึงพอใจที่จะซื้อด้วยตัวเอง เพราะสามารถเลือกรสได้ตรงกับที่ตัวเองชอบอีกด้วย และเนื่องจากจำนวนผู้บริโภคที่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา มีจำนวนมากที่สุด อีกทั้ง บิดา มารดา ยังเป็นผู้ที่ซื้อหาสิ่งต่าง ๆ มาไว้ในบ้าน ดังนั้น จำนวนผู้ซื้อที่เป็นบิดา มารดา จึงมีมากรองลงมา คือ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบการบรรจุหีบห่อที่เลือกบริโภค

ตารางที่ 11 รูปแบบการบรรจุหีบห่อที่เลือกบริโภค

รูปแบบการบรรจุหีบห่อ	จำนวน	ร้อยละ
แบบซอง	144	90.50
แบบชำมโฝม	12	6.96
แบบถั่วโฝม	3	1.89
รวม	159	100.00

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ในการสอบถามถึงรูปแบบการบรรจุหีบห่อที่ผู้บริโภคเลือกซื้อนั้น คำถามที่ใช้เป็นทั้งคำถามปิดและคำถามเปิด โดยคำถามปิดจะให้ผู้บริโภคสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ซึ่งมีตัวเลือกให้ 3 ตัวเลือก คือ แบบซอง แบบถั่วโฝม แบบชำมโฝม และคำถามเปิดเป็นการถามถึงเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกตอบเช่นนั้น ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อแบบเดียว คือ แบบซอง หรือ แบบถั่วโฝม หรือ แบบชำมโฝม ผู้บริโภคบางคนเลือกซื้อ 2 แบบ คือ แบบถั่วโฝมและแบบซอง แต่โดยสรุปแล้ว ผู้บริโภคจะเลือกซื้อแบบซองมากที่สุด คือมีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 90.5 และมีแบบชำมโฝม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.96 แบบถั่วโฝม 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.89 เหตุที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคแบบซองมากที่สุดมีหลายสาเหตุ คือ เพราะความสะดวก หาซื้อง่าย ราคาไม่แพง มีหลายรสชาติให้เลือก และไม่สิ้นเปลือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าให้ใช้ถั่วโฝม เพราะอาจจะมีสารที่ละลายได้ในน้ำร้อนเจือปนอีกทั้งถั่วโฝมไม่สามารถย่อยสลาย

ในวาทกรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ง่าย จะทำลายสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังเป็นเพราะความเคยชิน ส่วนสาเหตุที่ผู้บริโภคนเลือกบริโภคแบบชำแหละและแบบถัวสับนั้น เพราะสะดวก สามารถรับประทานได้ทันที มีกลิ่นและผักด้วย และยังเป็นเพราะอยากลองของใหม่

ปริมาณการบริโภคสำเร็จรูปต่อเดือน

ตารางที่ 12 ปริมาณการบริโภคสำเร็จรูปต่อเดือน

ปริมาณการบริโภคต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ช่อ	85	56.67
10-15 ช่อ	45	30.00
16-20 ช่อ	12	8.00
มากกว่า 20 ช่อ	8	5.33
รวม	150	100.00

จากการศึกษาถึงปริมาณการบริโภคสำเร็จรูปต่อเดือน จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคที่ซื้อต่ำกว่า 10 ช่อ มีมากที่สุด คือ มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 เนื่องจากว่าบริโภคสำเร็จรูปไม่ใช่อาหารจำเป็นที่จะต้องบริโภคเป็นประจำทุกวัน และเป็นอาหารที่มีค่าน้อย อีกทั้งถ้าบริโภคมาก ๆ ก็จะเป็นอันตราย เนื่องจากได้รับพลังงานมากเกินไป ปริมาณการซื้อรองลงมา คือ 10-15 ช่อ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ปริมาณการซื้อ 16-20 ช่อ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ปริมาณการซื้อ 20 ช่อ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.33

สถานที่ซื้อตารางที่ 13 สถานที่ที่ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

สถานที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซูเปอร์มาร์เก็ต	86	52.76
ร้านค้าทั่วไป	73	44.79
ร้านค้ามหาวิทยาลัย	4	2.45
รวม	163	100.00

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากการศึกษาถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อ เป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยมีตัวเลือกให้ 3 ตัวเลือก และอื่น ๆ อีก 1 ตัวเลือก พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกตอบเพียง 1 ตัวเลือก จะมีเลือก 2 หรือ 3 ตัวเลือก เพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยผู้บริโภคจะซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจากซูเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุด คือ มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 52.76 เนื่องจากว่า ซูเปอร์มาร์เก็ต มีสินค้าหลายชนิดให้เลือกซื้อได้มากมาย เมื่อต้องการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและสินค้าอย่างอื่น ก็สามารถซื้อได้ง่าย รองลงมา คือร้านค้าทั่วไป มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 44.79 เนื่องจาก สะดวกในการซื้อหา และใกล้บ้าน สำหรับร้านค้าตามมหาวิทยาลัยมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น คือ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อที่ผู้บริโภคลือเลือกซื้อ

ตารางที่ 14 ชื่อที่ผู้บริโภคลือเลือกซื้อ

ชื่อ	จำนวน	ร้อยละ
มามา	89	59.33
ไวไว	23	15.33
อ้าอ้า	21	14.00
เมือวอจันมัย	14	9.34
อุมิ	1	0.67
จาสา	1	0.67
ไม่ระบุชื่อ	1	0.67
รวม	150	100.00

จากการศึกษาชื่อที่ผู้บริโภคลือเป็นประจำ พบว่า มามา เป็นชื่อที่มีผู้ซื้อมากที่สุด คือ มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 59.33 เนื่องจากเป็นชื่อที่มีการโฆษณาในช่วงต้น ๆ มาก ทำให้ผู้บริโภคลือติดปาก จึงนิยมเลือกซื้อ มาก รองลงมาคือ ไวไว มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 ส่วนชื่ออ้าอ้า มีจำนวนใกล้เคียงกับไวไว คือ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14 เมือวอจันมัย มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.34 นอกจากนี้ยังมีชื่ออุมิ จาสา และจำนวนผู้บริโภคลือที่ไม่ระบุชื่ออีกอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยนาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหตุผลในการเลือกซื้อ

ตารางที่ 15 เหตุผลในการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวก	131	54.13
ราคาไม่แพง	58	23.97
รสชาติดี	39	16.12
ไม่มีมือหยั่งอื่นรับประทาน	7	2.89
โฆษณาจูงใจ	3	1.24
ัดดแปลงเป็นอาหารอื่นได้มาก	2	0.83
เชื่อถือตราสัญลักษณ์	1	0.41
ไม่มีเวลาทำอาหาร	1	0.41
รวม	242	100.00

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ลักษณะของคำถามที่ถามถึงเหตุผลในการเลือกซื้อนั้น เป็นคำถามแบบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกตอบข้อเดียวมากกว่า จะมีเลือกตอบ 2-3 ข้อบ้างพอสมควร ซึ่งสรุปแล้ว เหตุผลในการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เพราะความสะดวก มีจำนวนมากที่สุด คือ 131 คน คิดเป็นร้อยละ 54.13 รองลงมา ก็เพราะราคา

ไม่แพง และรสชาติดี มีจำนวน 58 และ 39 คน ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 23.97 และ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16.12 ตามลำดับ นอกนั้นก็จะเป็นเพราะ โฆษณาจูงใจ เชื้อถื้อในตราสีห่อ ไม่มีเวลาทำอาหาร ตัดแปลงเป็นอาหารอื่นได้มาก และเมื่อไม่มีอย่างอื่นรับประทาน

สื่อโฆษณาที่พบเห็นมากที่สุด

ตารางที่ 16 สื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคพบเห็นมากที่สุด

สื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	133	88.67
นิตยสาร, วารสาร	6	4.00
วิทยุ	5	3.33
หนังสือพิมพ์	4	2.67
ใบปิดประกาศ	2	1.33
รวม	150	100.00

จากการศึกษาถึงสื่อโฆษณาที่พบเห็นมากที่สุด พบว่า ผู้บริโภคจะพบเห็นบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด คือมีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 88.67 สื่อโฆษณาทางนิตยสาร, วารสาร มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4 สื่อโฆษณาทางวิทยุ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.67 และยังมีสื่อโฆษณาทางใบปิดประกาศ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 เนื่องจากทางฝ่ายผู้ผลิตและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ผู้จัดทำฯ จะเน้นการโฆษณาทางโทรทัศน์มากกว่า เพราะเห็นว่า สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เป็น

มีวาทกรรมใดๆ ทั้งสน อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคมามากที่สุด มีทั้งภาพและเสียง ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าที่ทำการโฆษณาได้ดี

การโฆษณากับการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 17 การโฆษณากับการตัดสินใจซื้อ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีเลย	16	10.67
มีน้อย	35	23.33
มีปานกลาง	74	49.33
มีมาก	25	16.67
รวม	150	100.00

จากการศึกษาถึงผลของการโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า การโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้เร็วขึ้น แต่ก็มีผลไม่มากนัก คือ มีส่วนช่วยปานกลางเท่านั้น สำหรับผู้บริโภคบางคน การโฆษณาก็ไม่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลย จากผลการศึกษา การโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ปานกลางมีมากที่สุด คือมีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 49.33 มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อได้น้อย มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อได้มาก มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และไม่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเลย มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ตอนนี้จะกล่าวถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ซึ่งทัศนคติของแต่ละคนก็จะแตกต่างกันออกไป

ประโยชน์ของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่มีต่อผู้บริโภค

ตารางที่ 18 ประโยชน์ของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่มีต่อผู้บริโภค

ประโยชน์ในด้าน	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวกและประหยัดเวลา	136	82.42
ประหยัดค่าใช้จ่าย	29	17.58
รวม	165	100.00

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ลักษณะคำถามจะเป็นแบบให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ซึ่งมีตัวเลือกให้ 3 ตัวเลือก คือ คุณค่าอาหาร ความสะดวกและประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย และอื่น ๆ อีก 1 ตัวเลือก จากผลการศึกษา พบว่า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีประโยชน์ต่อผู้บริโภค ในด้านความสะดวกและประหยัดเวลามากที่สุด คือมีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 82.42 และมีประโยชน์ในด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 17.58 ส่วนทางด้านคุณค่าอาหารนั้น ไม่มีประโยชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าสำหรับผู้บริโภคเลย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเหมาะสมในการบรรจุหีบห่อ

ตารางที่ 19 ความเหมาะสมของการบรรจุหีบห่อของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสม	135	90.00
ไม่เหมาะสม	15	10.00
รวม	150	100.00

ลักษณะคำถามเป็นทั้งคำถามปิดและคำถามเปิด คำถามปิดถามถึงความเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมของการบรรจุหีบห่อ ส่วนคำถามเปิดถามถึงความเห็นของการบรรจุหีบห่อว่าควรเป็นแบบใด ถ้าหากเห็นว่าการบรรจุหีบห่อไม่เหมาะสม จากผลการศึกษา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าการบรรจุหีบห่อของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเหมาะสมดีแล้ว คือ มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 90 ส่วนผู้บริโภคอีกจำนวน 15 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 10 มีความเห็นว่าการบรรจุหีบห่อของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไม่เหมาะสม โดยมีผู้บริโภคจำนวน 14 คน ได้ให้ความคิดเห็นว่าการบรรจุหีบห่อแบบถ้วยโฟมไม่เหมาะสม ควรเปลี่ยนเป็นแบบซองให้หมด เพราะว่า แบบถ้วยโฟมอาจจะมีสารที่ละลายได้ในน้ำร้อนเจอปนลงไป ทำให้เกิดอันตรายได้ อีกทั้งถ้วยโฟมยังทำลายย่อยสลายได้ยาก จะเห็นการทำลายสภาพแวดล้อม และผู้บริโภคอีก 1 คน มีความเห็นว่าการบรรจุหีบห่อของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปไม่เหมาะสมทั้งแบบซองและแบบถ้วยโฟม ควรจะเปลี่ยนให้ใช้กระดาษแทน (ถ้าเป็นไปได้) เพราะกระดาษจะทำการย่อยสลายได้ง่าย เพื่อเป็นการรักษาสภาพแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ตารางที่ 20 ความเหมาะสมของราคาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสม	110	73.33
ไม่เหมาะสม	40	26.67
รวม	150	100.00

ตารางที่ 21 ราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบซองที่คิดว่าควรจะเป็น

ราคาแบบซอง (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
3.00	16	40.00
3.50	3	7.50
4.00	21	52.50
รวม	40	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 ราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบถ้วยโฝมที่คิดว่าควรจะเป็น

ราคาแบบถ้วยโฝม (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
5	8	20.00
6	5	12.50
7	3	7.50
8	24	60.00
รวม	40	100.00

ลักษณะคำถามเป็นทั้งคำถามปิดและคำถามเปิด คำถามปิดถามถึงราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ว่าเหมาะสมหรือไม่ ถ้าหากไม่เหมาะสม ก็จะมีคำถามเปิด ถามราคาที่คุณคิดว่าควรจะเป็น จากผลการศึกษา จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นว่าราคาที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเหมาะสมดีแล้ว คือ มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 73.33 ส่วนผู้บริโภคอีก 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ยังเห็นว่าราคาที่เป็นอยู่ยังไม่เหมาะสม คือ ราคาแพงเกินไปเมื่อเทียบกับคุณภาพ ซึ่งผู้บริโภคที่เห็นว่าไม่เหมาะสมนี้ ส่วนใหญ่จะเห็นว่า ราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบถ้วยโฝมไม่เหมาะสม ส่วนแบบซองเหมาะสมดีแล้ว คือส่วนใหญ่เห็นว่าแบบซองควรมีราคา 4 บาท ซึ่งเป็นราคาปกติอยู่แล้ว มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 และแบบถ้วยโฝมควรจะมีราคาถ้วยละ 8 บาท มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ราคาแบบซองที่ผู้บริโภคต้องการให้เป็นรองลงมาคือราคา 3 บาท และ 3.50 บาท มีจำนวน 16 และ 3 คน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ 7.50 ตามลำดับ สำหรับแบบถ้วยโฝม ราคาที่ผู้บริโภคต้องการ คือ ราคาถ้วยละ 5 บาท 6 บาท 7 บาท ซึ่งมีจำนวน 8 คน 5 คน และ 3 คน ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 20.00 12.50 และ 7.50 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ใช้ในเชิงพาณิชย์
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20.00 , 12.50 และ 7.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 20,21,22)

การบริโภคเมื่อราคาสูงขึ้น

ตารางที่ 23 การบริโภคขณะที่ถึงสำเร็จรูปเมื่อราคาสูงขึ้น

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
บริโภคน้อยลง	85	56.67
บริโภคเท่าเดิม	44	29.33
เลิกบริโภค	21	14.00
รวม	150	100.00

จากการศึกษาถึงการบริโภค เมื่อสมมติให้ราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสูงขึ้น ลักษณะค่าถามจะมีทั้งค่าถามปิดและค่าถามเปิด ค่าถามปิดจะเป็นการถามถึงปริมาณการบริโภคเมื่อราคาสูงขึ้น ส่วนค่าถามเปิดจะเป็นการถามถึงเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกเช่นนั้น จะเห็นได้ว่า เมื่อราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสูงขึ้น ผู้บริโภคจะบริโภคน้อยลง มีจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 โดยได้ให้เหตุผลว่า ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (คุณค่าทางอาหาร) จึงเปลี่ยนไปรับประทานอาหารอย่างอื่นที่มีคุณค่าทางอาหารมากกว่าในราคาใกล้เคียงกัน แต่ก็ได้เลิกบริโภคไปเลย เพราะ ยังต้องการความรวดเร็ว และความสะดวก ในบางเวลา จึงต้องบริโภค แต่ก็บริโภคน้อยลง รองลงมา จะบริโภคเท่าเดิม คือมีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ

29.33 โดยได้ให้เหตุผลว่า ต้องการความรวดเร็วและชอบในรสชาติมากกว่า ราคาจึงไม่มี
แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลต่อข้างใด อีกทั้งไม่ได้บริโภคเป็นประจำ จะบริโภค ก็ต่อเมื่อ ต้องการรับประทาน เพราะ
เบื่ออาหารอย่างอื่น และมีผู้บริโภคอีกส่วนหนึ่ง คือ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14 จะ
เลิกบริโภค เนื่องจากเห็นว่า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารที่ไม่จำเป็นต้องบริโภค เพราะไม่มี
คุณค่าทางอาหาร และผู้บริโภคบางคน ก็ไม่มีเงินซื้อ ถ้าหากราคาสูงขึ้นมากเกินไป

การโฆษณาควรมีในสื่อใดมากที่สุด

ตารางที่ 24 สื่อโฆษณาที่ควรมีมากที่สุด

สื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	127	84.67
นิตยสาร, วารสาร	8	5.33
วิทยุ	7	4.67
หนังสือพิมพ์	3	2.00
ใบปิดประกาศ	3	2.00
นิลโฆษณาในโรงพยาบาล	2	1.33
รวม	150	100.00

จากผลการศึกษา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นว่า การโฆษณา ควรจะมีในสื่อ
โทรทัศน์มากที่สุด คือมีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 84.67 เนื่องจากว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่
จะพบเห็นโฆษณาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด จึงมีความเห็นว่า สื่อ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฆษณาทางโทรทัศน์ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด อีกทั้งสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้มาก เนื่องจากมีทั้งภาพและเสียง ส่วนสื่อโฆษณาทางอื่น ก็มีบ้างเล็กน้อย คือ สื่อโฆษณาทางนิตยสาร, วารสาร มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 สื่อโฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และใบปิดประกาศมีอย่างละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ส่วนสื่อโฆษณาทางโรงภาพยนตร์ มีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33

ระดับการโฆษณาที่เหมาะสมที่สุดสำเร็จรูป

ตารางที่ 25 ระดับการโฆษณา

ระดับการโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
ลดลง	19	12.67
เท่าเดิม	99	66.00
เพิ่มขึ้น	32	21.33
รวม	150	100.00

การศึกษาถึงระดับการโฆษณาที่เหมาะสมที่สุดสำเร็จรูป เพื่อถามความคิดเห็นของผู้บริโภค ว่า ควรจะเท่าเดิม เพิ่มขึ้นหรือลดลงในสื่อโฆษณาใด ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นว่าระดับการโฆษณาที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้เหมาะสมดีแล้ว จึงเห็นว่า ควรมีระดับการโฆษณาเท่าเดิม คือ มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาผู้บริโภคเห็นว่า ควรมีการโฆษณาไม่เท่ากันทีเดียว ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพิ่มขึ้น มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 โดยบางคนเห็นว่าควรเพิ่มขึ้นในสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร, วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ ใบปิดประกาศ และมีผู้บริโภคนึกเห็นว่า ควรมีการโฆษณา ลดลง มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 ซึ่งบางคนก็เห็นว่าควรลดลงในสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ บางคนก็เห็นว่าควรลดลงในทุกสื่อ เพราะเปลืองงบประมาณ เป็นเหตุให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น แต่จากการสอบถามนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่ระบุสื่อโฆษณา ทั้งที่ตอบว่า เพิ่มขึ้นหรือลดลง

จำนวนรสนของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ตารางที่ 26 จำนวนรสนของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

จำนวนรสน	จำนวน	ร้อยละ
ลดลง	4	2.67
เท่าเดิม	94	62.66
เพิ่มขึ้น	52	34.67
รวม	150	100.00

จากการศึกษาถึงจำนวนรสนของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปว่า ควรเท่าเดิม เพิ่มขึ้น หรือ ลดลง ในรสนนั้น ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นว่า จำนวนรสนที่มีอยู่ในปัจจุบันก็เหมาะสมดีแล้ว ซึ่งผู้บริโภคที่เห็นว่า จำนวนรสนของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ควรมีเท่าเดิมนั้น มีจำนวน ไม่ว่ากรณใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

94 คน คิดเป็นร้อยละ 62.67 ผู้บริโภคที่เห็นว่า จำนวนรสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ควรจะเพิ่มขึ้น มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67 ซึ่งได้เสนอแนะว่า ควรจะเพิ่มขึ้นในรสปลาหมึก รสต้มยำรวมมิตรทะเล รสต้มยำปลา รสสาหร่าย รสพริกขี้หนู รสเครื่องในหมู รสบะหมี่เกี๊ยว รสมังสวิรัติ ซึ่งถ้าเป็นไปได้ ควรจะใส่เนื้อตามรสดังกล่าวลงไปด้วย หรือควรทำให้มีกลิ่นหรือรสของรสดังกล่าวเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนผู้บริโภคที่มีความเห็นว่า จำนวนรสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปควรจะลดลงนั้น มี 4 คน ซึ่งมีเพียงคนเดียวเท่านั้นที่ระบุรสที่ควรลดลงไป คือรสเนื้อ นอกนั้นไม่ได้เสนอความคิดเห็น

ข้อเสนอแนะที่ควรให้ปรับปรุง

ได้ทำการสอบถามผู้บริโภค ถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ต้องการให้ปรับปรุง เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายได้นำไปปรับปรุงต่อไป โดยตั้งคำถามเปิดให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเสนอแนวความคิดได้อย่างเต็มที่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคได้เสนอแนวความคิดต่าง ๆ กัน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ ควรปรับปรุงบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปให้มีคุณค่าทางอาหารมากขึ้น โดยการใส่ไก่ หมู กุ้ง เนื้อต่าง ๆ และผักลงไปในซองด้วย ปรับปรุงเส้นให้เหนียวนุ่ม อร่อยขึ้น ควรเพิ่มเครื่องปรุงเพื่อให้รสชาติดีขึ้น และควรลดผงชูรสให้น้อยลง เพื่อจะได้ไม่เป็นอันตราย หากบริโภคมาก ๆ แต่ทั้งนี้ก็ไม่ควรเพิ่มราคาให้สูงขึ้น และควรจะให้ราคาถูกกว่านี้ ซึ่งอาจจะลดต้นทุนการผลิต โดยการลดการโฆษณาลง ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลงได้มาก สำหรับด้านการบรรจุหีบห่อ ควรมีการปรับปรุงให้สวยงาม จะสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้มาก และการบรรจุแบบถ้วยโฟม ควรจะยกเลิกไปเสีย เพราะการชงบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในถ้วยโฟม อาจจะทำให้สารที่มีอยู่ในถ้วยโฟมละลายน้ำร้อน ไปปะปนในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้ อีกทั้งถ้วยโฟมนี้อย่างทำลายสภาพแวดล้อม เนื่องจากว่าย่อยสลายได้ยาก อาจจะมีการเปลี่ยนรูปแบบไปบรรจุกระป๋องเพื่อสะดวกแก่การพกพาและการเดินทางไกล แต่การหมดอายุก็คงจะเร็วขึ้น เพราะกระป๋องอาจขึ้นสนิมได้ สำหรับแบบซองนั้น ถ้าเป็นไปได้ควรจะไปบรรจุซองกระดาษ เพราะย่อยสลาย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ง่าย เป็นการรักษาสภาพแวดล้อมอีกด้วย และทางฝ่ายผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ควรมีการนำ
 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่หมดอายุแล้ว กลับคืนจากร้านค้าด้วย และเปลี่ยนของใหม่ให้แทน เพื่อผู้บริโภค
 จะได้รับประทานสินค้าที่ใหม่ ๆ อยู่เสมอ

การทดสอบสมมติฐาน

เพื่อให้การศึกษาศักดิ์และพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปครั้งนี้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงได้มีการกำหนดสมมติฐานดังนี้

1. ระดับรายได้ของผู้บริโภคมีผลต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
2. สถานที่ที่พิกอาศัยมีผลต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
3. การโฆษณา มีผลต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

สมมติฐานข้อที่ 1

"ระดับรายได้ของผู้บริโภคมีผลต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป"

วิธีการทดสอบ

- H₀ : ระดับรายได้ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ กับปริมาณการซื้อ
 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
- H_a : ระดับรายได้ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ กับปริมาณการซื้อ
 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงการคำนวณ

จะยอมรับสมมติฐาน H_0 ถ้า X^2 (คำนวณ) < X^2 (ตาราง)

จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ถ้า X^2 (คำนวณ) $\geq X^2$ (ตาราง)

ระดับนัยสำคัญ (Critical Region) : $\alpha = 0.05$

Degree of Freedom (d.f) = $(4-1)(4-1) = 9$

คำนวณ X^2 โดยให้สูตร

$$\begin{aligned}
 X^2 &= \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \\
 &= \frac{(13-11.333)^2}{11.333} + \frac{(4-6.000)^2}{6.000} + \frac{(3-1.600)^2}{1.600} + \\
 &\quad \frac{(0-1.067)^2}{1.067} + \frac{(36-38.533)^2}{38.533} + \frac{(24-20.400)^2}{20.400} + \\
 &\quad \frac{(4-5.440)^2}{5.440} + \frac{(4-3.627)^2}{3.627} + \frac{(22-23.233)^2}{23.233} + \\
 &\quad \frac{(12-12.300)^2}{12.300} + \frac{(4-3.280)^2}{3.280} + \frac{(3-2.187)^2}{2.187} + \\
 &\quad \frac{(14-11.900)^2}{11.900} + \frac{(5-6.300)^2}{6.300} + \frac{(1-1.680)^2}{1.680} + \\
 &\quad \frac{(1-1.120)^2}{1.120} \\
 &= 5.892004
 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับรายได้กับปริมาณการซื้อเบเกอรี่สำเร็จรูป

ระดับรายได้ (บาท)	ปริมาณการซื้อเบเกอรี่สำเร็จรูป (ซอง/ถ้วย)				รวม	ค่า χ^2
	ต่ำกว่า 10	10-15	16-20	มากกว่า 20		
ไม่เกิน 1,500	13 (11.333)	4 (6.000)	3 (1.600)	0 (1.067)	20	5.892004
1,501-2,500	36 (38.533)	24 (20.400)	4 (5.440)	4 (3.627)	68	
2,501-3,500	22 (23.233)	12 (12.300)	4 (3.280)	3 (2.187)	41	
มากกว่า 3,500	14 (11.900)	5 (6.300)	1 (1.680)	1 (1.120)	21	
รวม	85	45	12	8	150	

d.f. = (4-1)(4-1) = 9 $\alpha = 0.01$ จะได้ค่า $\chi^2 = 21.666$ $\alpha = 0.05$ จะได้ค่า $\chi^2 = 16.919$

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บหมายถึงค่าที่ได้ตามทฤษฎี หรือ ค่าที่คาดหวังไว้ (Expect of frequency)

จากตารางแจกแจง Chi-Square

$$X^2_{0.05 (4-1)(4-1)} = X^2_{0.05 (9)} = 19.919^*$$

$$X^2_{0.01 (4-1)(4-1)} = X^2_{0.01 (9)} = 21.666^*$$

เปรียบเทียบค่า X^2 ที่คำนวณได้ น้อยกว่า X^2 ที่ได้จากตาราง ทั้งที่

$\alpha = 0.01$ และ $\alpha = 0.05$

กล่าวคือ X^2 ตาราง $>$ X^2 คำนวณ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a นั่นก็คือ ระดับรายได้ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ กับลักษณะการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % และ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99 % ดังนั้นสมมติฐานข้อที่ 1 จึงไม่เป็นจริง แสดงว่า ระดับรายได้ของผู้บริโภค มีผล ต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2

"สถานที่ที่ผู้บริโภคพักอาศัยมีผลต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป"

วิธีการทดสอบ

H_0 : สถานที่ที่ผู้บริโภคพักอาศัยที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ กับปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

H_a : สถานที่ที่ผู้บริโภคพักอาศัยที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ กับปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงการคำนวณ

จะยอมรับสมมติฐาน H_0 ถ้า X^2 (คำนวณ) < X^2 (ตาราง)

จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ถ้า X^2 (คำนวณ) $\geq X^2$ (ตาราง)

ระดับนัยสำคัญ (Critical Region) : $\alpha = 0.05$

Degree of Freedom (d.f) = $(4-1)(4-1) = 9$

คำนวณ X^2 โดยให้สูตร

$$\begin{aligned}
 X^2 &= \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \\
 &= \frac{(40-38.533)^2}{38.533} + \frac{(18-20.400)^2}{20.400} + \frac{(8-5.440)^2}{5.440} + \\
 &\quad \frac{(2-3.627)^2}{3.627} + \frac{(15-12.467)^2}{12.467} + \frac{(5-6.600)^2}{6.600} + \\
 &\quad \frac{(1-1.760)^2}{1.760} + \frac{(1-1.173)^2}{1.173} + \frac{(30-33.433)^2}{33.433} + \\
 &\quad \frac{(20-17.700)^2}{17.700} + \frac{(4-4.720)^2}{4.720} + \frac{(5-3.147)^2}{3.147} + \\
 &\quad \frac{(0-0.567)^2}{0.567} + \frac{(1-0.300)^2}{0.300} + \frac{(0-0.080)^2}{0.080} + \\
 &\quad \frac{(0-0.533)^2}{0.533} \\
 &= 8.194589
 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 29 การทดสอบสมมติฐานระหว่างสถานที่ผู้บริโภคอาศัยกับปริมาณการซื้อเบมกิ้งสำเร็จรูป

สถานที่พักอาศัย	ปริมาณการซื้อเบมกิ้งสำเร็จรูป (ซอง/ถ้วย)				รวม	ค่า χ^2
	ต่ำกว่า 10	10-15	16-20	มากกว่า 20		
บ้านบิดา มารดา	40 (38.533)	18 (20.400)	8 (5.440)	2 (3.627)	68	8.194589
บ้านญาติ	15 (12.467)	5 (6.600)	1 (1.760)	1 (1.173)	22	
หอพัก, บ้านเช่า	30 (33.433)	20 (17.700)	4 (4.720)	5 (3.147)	59	
บ้านเพื่อน	0 (0.567)	1 (0.300)	0 (0.080)	0 (0.533)	1	
รวม	85	45	12	8	150	

d.f. = (4-1)(4-1) = 9 $\alpha = 0.01$ จะได้ค่า $\chi^2 = 21.666$ $\alpha = 0.05$ จะได้ค่า $\chi^2 = 16.919$

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บหมายถึงค่าที่ได้ตามทฤษฎี หรือ ค่าที่คาดหวังไว้ (Expect of frequency)

จากตารางแจกแจง Chi-Square

$$X^2_{0.05 (4-1)(4-1)} = X^2_{0.05 (9)} = 16.919$$

$$X^2_{0.01 (4-1)(4-1)} = X^2_{0.01 (9)} = 21.666^*$$

เปรียบเทียบกับค่า X^2 ที่คำนวณได้ มากกว่า X^2 ที่ได้จากการเปิดตาราง

กล่าวคือ X^2 ตาราง $>$ X^2 คำนวณ

ดังนั้นจะสรุปได้ว่า ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a นั่นก็คือ สถานที่ที่ผู้บริโภค นักอาศัย ไม่มีความสัมพันธ์ กับปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % และ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99 % ดังนั้น สมมติฐานข้อ 2 จึงไม่เป็นจริง แสดงว่า สถานที่ที่ผู้บริโภค นักอาศัย มีผล ต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3

"การโฆษณา มีผลต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป"

วิธีการทดสอบ

H_0 : การโฆษณาที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ กับปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

H_a : การโฆษณาที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ กับปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงการคำนวณ

จะยอมรับสมมติฐาน H_0 ถ้า X^2 (คำนวณ) < X^2 (ตาราง)

จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ถ้า X^2 (คำนวณ) $\geq X^2$ (ตาราง)

ระดับนัยสำคัญ (Critical Region) : $\alpha = 0.05$

Degree of Freedom (d.f) = $(4-1)(5-1) = 12$

คำนวณ X^2 โดยใช้สูตร

$$\begin{aligned}
 X^2 &= \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^5 (O_{ij} - E_{ij})^2 / E_{ij} \\
 &= \frac{(78-75.367)^2}{75.367} + \frac{(40-39.900)^2}{39.900} + \frac{(9-10.640)^2}{10.640} + \\
 &\quad \frac{(6-7.093)^2}{7.093} + \frac{(0-3.400)^2}{3.400} + \frac{(3-1.800)^2}{1.800} + \\
 &\quad \frac{(1-0.480)^2}{0.480} + \frac{(2-0.320)^2}{0.320} + \frac{(3-2.833)^2}{2.833} + \\
 &\quad \frac{(2-1.500)^2}{1.500} + \frac{(0-0.400)^2}{0.400} + \frac{(0-0.267)^2}{0.267} + \\
 &\quad \frac{(3-2.267)^2}{2.267} + \frac{(0-1.200)^2}{1.200} + \frac{(1-0.320)^2}{0.320} + \\
 &\quad \frac{(0-0.213)^2}{0.213} + \frac{(1-1.133)^2}{1.133} + \frac{(0-0.600)^2}{0.600}
 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\frac{(1-0.160)^2}{0.160} + \frac{(0-0.107)^2}{0.107}$$

$$\chi^2 = 23.16791$$

จากตารางแจกแจง Chi-Square

$$\chi^2_{0.05 (4-1)(5-1)} = \chi^2_{0.05 (12)} = 21.026$$

$$\chi^2_{0.01 (4-1)(5-1)} = \chi^2_{0.01 (12)} = 26.217$$

เปรียบเทียบค่า χ^2 ที่คำนวณได้ มากกว่า χ^2 ที่ได้จากการเปิดตารางที่ α เท่ากับ 0.05 กล่าวคือ χ^2 ตาราง < χ^2 คำนวณ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_a นั่นก็คือ การโฆษณา มีความสัมพันธ์ กับปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น สมมติฐานข้อ 3 เป็นจริง แสดงว่า การโฆษณา มีผล ต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป แตกต่างกัน

เปรียบเทียบค่า χ^2 ที่คำนวณได้ น้อยกว่า χ^2 ที่ได้จากการเปิดตารางที่ α เท่ากับ 0.01 กล่าวคือ χ^2 ตาราง > χ^2 คำนวณ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_a นั่นก็คือ การโฆษณา ไม่มีความสัมพันธ์ กับปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ณ ระดับความเชื่อมั่น 99 % ดังนั้น สมมติฐานข้อ 3 ไม่เป็นจริง แสดงว่า การโฆษณา มีผล ต่อปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 การทดสอบสมมติฐานระหว่างการโฆษณา กับปริมาณการซื้อเบเกอรี่สำเร็จรูป

การโฆษณา	ปริมาณ (ซอง)				รวม	ค่า X^2
	ต่ำกว่า 10	10-15	16-20	มากกว่า 20		
โทรทัศน์	78 (75.367)	40 (39.900)	9 (10.640)	6 (7.093)	133	23.167910
นิตยสาร, วารสาร	0 (3.400)	3 (1.800)	1 (0.480)	2 (0.320)	6	
วิทยุ	3 (2.833)	2 (1.500)	0 (0.400)	0 (0.267)	5	
หนังสือพิมพ์	3 (2.267)	0 (1.200)	1 (0.320)	0 (0.213)	4	
ใบปิดประกาศ	1 (1.133)	0 (0.600)	1 (0.160)	0 (0.107)	2	
รวม	85	45	12	8	150	

d.f. = (4-1)(5-1) = 12 $\alpha = 0.01$ จะได้ค่า $X^2 = 26.217$ $\alpha = 0.05$ จะได้ค่า $X^2 = 21.026$

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บหมายถึงค่าที่ได้ตามทฤษฎี หรือ ค่าที่คาดหวังไว้ (Expect of frequency)

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่ง ซึ่งประเทศญี่ปุ่นนับว่าเป็นประเทศแรกที่คิดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขึ้นเมื่อประมาณ 20 กว่าปีมาแล้ว ต่อมาได้มีประเทศต่าง ๆ ได้นำกรรมวิธีการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเข้ามาผลิตบ้าง รวมทั้งประเทศไทยด้วย สำหรับประเทศไทย ปัจจุบัน บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่นิยมบริโภคกันอย่างแพร่หลายในหมู่ประชาชนทุกระดับ ทุกอาชีพ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปที่สะดวกหลักอนามัย ราคาถูกพอสมควร สะดวกและประหยัดเวลาในการปรุงเพื่อรับประทาน และเป็นการเหมาะสมแก่สภาวะการดำรง เศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน อุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป นับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมการเกษตรประเภทหนึ่งซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมากยิ่งขึ้น แม้ในระยะแรกผู้ประกอบการต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ นานัปการ เช่น ปัญหาความไม่เคยชินกับการบริโภคของประชาชน ปัญหาด้านราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้การเข้าสู่ตลาดต้องใช้เวลาและความพยายามเป็นอันมาก แต่เนื่องจากผู้ประกอบการได้ใช้ความพยายามปรับปรุงแก้ไขในด้านต่าง ๆ ตลอดเวลา เช่น มีการปรับปรุงรสชาติให้เป็นที่ถูกรสนิยมมากขึ้น มีการจัดตั้งชมรมโดยรวมกลุ่มผู้ผลิตเข้าด้วยกัน เพื่อแก้ไขปัญหาด้านการแข่งขันตัดราคากันเอง ตลอดจนมีการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ร่วมกัน จึงทำให้ประสบผลสำเร็จ ปัจจุบันสามารถขยายตลาดออกไปได้อย่างกว้างขวางเป็นที่น่าพอใจ ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ นับเป็นอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปที่สอดคล้องกับสภาวะการดำรง เศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ซึ่งจำเป็นต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการประกอบอาชีพ และประหยัดเวลาในการประกอบอาหารได้เป็นอย่างมาก

จากการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค 150 คน ที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยใน
เขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ คือ

ทางด้านสังคมและส่วนตัวของผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ
58.67 เพศหญิงร้อยละ 41.33 มีอายุ 21 ปี มากที่สุด คือร้อยละ 23.33 รองลงมาคือ
อายุ 20 ปี ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันมากคือร้อยละ 22.67 อายุของผู้บริโภคที่น้อยที่สุดคือ อายุ
16 ปี มีร้อยละ 0.67 และผู้บริโภคที่มีอายุมากที่สุด คือ 24 ปี มีร้อยละ 1.33 ผู้บริโภคเป็น
นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มากที่สุด คือร้อยละ 35.33 ศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจร้อยละ 29.33 โดย
มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 1,501-2,500 บาท ร้อยละ 45.33 ผู้บริโภคส่วนใหญ่พัก
อาศัยกับบิดา มารดา ร้อยละ 45.33 รองลงมา เข้าหอพักหรือบ้านเช่า ร้อยละ 39.33

ด้านพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรับประทาน
ทั้ง 3 รูปแบบ คือ ชงหรือต้มกับน้ำร้อน ประุงเป็นอาหารอย่างอื่น และรับประทานแห้ง ๆ ซึ่ง
จะมีผู้บริโภครับประทานแบบชงหรือต้มกับน้ำร้อนมากที่สุด ร้อยละ 43.47 เนื่องจากสะดวกกว่า
นำไปประุงเป็นอาหารอย่างอื่น และได้รสชาติดีกว่ารับประทานแห้ง ๆ โดยผู้บริโภคจะเลือกบริโภค
รสต้มยำกึ่งมากที่สุด มีร้อยละ 54 รองลงมารสหมูสับ ร้อยละ 32 และผู้บริโภคจะเป็นผู้ซื้อหามา
รับประทานเองมากกว่าที่จะให้คนอื่นซื้อ มีร้อยละ 76 เนื่องจาก บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปราคาถูก
หาซื้อได้ง่าย และผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามใจชอบ การเลือกซื้อส่วนใหญ่จะเลือกซื้อ
แบบซอง ซึ่งมีถึงร้อยละ 90.5 เนื่องจาก แบบซองพกพาได้สะดวก ราคาถูก และมีหลายรส
ให้เลือก อีกทั้งผู้บริโภคไม่ต้องการใช้แบบชามโพนหรือถ้วยโพน เพราะกลัวจะได้รับสารที่เป็น
อันตรายจากโพน ปริมาณที่ซื้อต่อเดือนส่วนใหญ่จะต่ำกว่า 10 ซอง/ถ้วย มีร้อยละ 56.67
เพราะบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารที่มีคุณค่าน้อย และมีผงชูรส ซึ่งถ้าได้รับมาก ๆ จะเกิด
อันตรายแก่ร่างกายได้ จึงไม่จำเป็นต้องบริโภคเป็นประจำทุกวัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อบะหมี่
กึ่งสำเร็จรูปจากซูเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุด คือร้อยละ 52.67 เนื่องจากซูเปอร์มาร์เก็ตมีสินค้า
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ให้เลือกหลายชนิด จึงสะดวกและไม่เป็นการเสียเวลา เพราะสามารถหาซื้อสินค้าได้หลายชนิด
แม้กระทั่งสิ่งอื่น ๆ ที่สนใจ

ในสถานที่และเวลาเดียวกัน และสีที่ได้รับความนิยมมาก คือ มาม่า มีร้อยละ 59.33 รองลงมาคือ ไวไว ร้อยละ 15.33 และยำยำ ร้อยละ 14 ซึ่งมีเปอร์เซ็นต์ใกล้เคียงกับไวไวมากที่สุดสำหรับผู้บริโภคเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เนื่องจาก ความสะดวก ร้อยละ 54.13 รองลงมา เพราะราคาไม่แพงและรสชาติดี ร้อยละ 23.97 และ 16.12 ตามลำดับ นอกจากนี้ก็เป็นเพราะ เชื่อถือในตราสีห่อ และการโฆษณาจูงใจ ซึ่งการโฆษณานี้บางส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ โดยช่วยได้ปานกลาง คือร้อยละ 49.33 ซึ่งผู้บริโภคจะพบเห็นการโฆษณาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ซึ่งมีจำนวนถึง ร้อยละ 88.67

ทางด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผู้บริโภคแต่ละคนมีทัศนคติแตกต่างกันไป แต่โดยสรุปแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเห็นว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีประโยชน์มากในช่วงเวลาที่มีจำกัด เพราะบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปให้ความสะดวกและประหยัดเวลา สำหรับเรื่อง การบรรจุหีบห่อ และราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผู้บริโภคได้ให้ความเห็นว่าในปัจจุบันนี้เหมาะสมดีแล้ว ในด้านราคาผู้บริโภคที่เห็นว่าไม่เหมาะสม ได้เสนอแนวความคิดว่า ราคาแบบถ้วยควรจะเป็น 8 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 60 ส่วนแบบซองผู้บริโภคเห็นว่าราคาเหมาะสมดีแล้ว ร้อยละ 52.50 ถ้าหากว่ามีการขึ้นราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปให้สูงขึ้น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะบริโภคน้อยลง มีร้อยละ 56.67 เนื่องจากเห็นว่าราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (คุณค่าทางอาหาร) ทางด้านการโฆษณา ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่า ควรจะให้มีการโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด ซึ่งมีถึงร้อยละ 84.67 เพราะการโฆษณาทางโทรทัศน์ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ และระดับการโฆษณาที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้เหมาะสมดีแล้ว ไม่ควรที่จะเพิ่มการโฆษณาอีก เพราะจะเป็นการทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น จะเป็นผลทำให้ราคาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้ผลสรุปดังนี้

1. ระดับรายได้ของผู้บริโภคไม่มีผลต่อปริมาณการบริโภคขนมปังสำเร็จรูป
2. สถานที่พักอาศัยไม่มีผลต่อปริมาณการบริโภคขนมปังสำเร็จรูป
3. การโฆษณาไม่มีผลต่อปริมาณการบริโภคขนมปังสำเร็จรูป

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคขนมปังสำเร็จรูป ทำให้ได้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่ควรแก้ไขปรับปรุง ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภค

1. ควรปรับปรุงขนมปังสำเร็จรูปให้มีคุณค่าทางอาหารมากขึ้น โดยการเติมเนื้อต่าง ๆ ลงไปในขนมปังสำเร็จรูป ปรับปรุงเส้นให้เหนียวนุ่มขึ้น ควรเพิ่มเครื่องปรุงเพื่อจะทำให้รสชาติดีขึ้น และควรลดปริมาณของผงชูรสให้น้อยลง เพื่อจะได้ไม่เป็นอันตรายหากบริโภคขนมปังสำเร็จรูปมาก ๆ
2. ควรลดการโฆษณา เพื่อลดค่าใช้จ่ายของต้นทุนการผลิต ซึ่งเป็นผลทำให้ราคาของขนมปังสำเร็จรูปถูกลง
3. ปรับปรุงการบรรจุหีบห่อแบบถั่วโฟม โดยใช้ภาชนะอื่นที่ไม่มีสารที่ละลายได้ในน้ำร้อนที่อาจจะปนลงไปในอาหาร

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

เนื่องจากอุตสาหกรรมขนมปังสำเร็จรูปมีปัญหาไม่มากนัก ซึ่งปัญหาบางอย่างฝ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า เอกชนเองก็ได้พยายามแก้ไขได้บางส่วน ปัญหาบางอย่างรัฐก็เข้าไปช่วยเหลือแก้ไขให้ผ่อนคลายในวาระใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุผลเบื้องหน้า และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปได้บ้าง อย่างไรก็ตามก็ยังมีปัญหาและอุปสรรคอยู่หลายประการที่สมควรจะต้องปรับปรุงแก้ไขต่อไป คือ

1. ด้านวัตถุดิบ รัฐควรส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบที่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน มีปริมาณที่เพียงพอ และในราคาสสมควรเพื่อให้ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสามารถซื้อวัตถุดิบภายในประเทศได้ เช่น แป้งสาลี น้ำมันปาล์ม กระดาษแก้วที่ใช้ทำซองบรรจุ
2. เนื่องจากการทำงานของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ต้องดำเนินการติดต่อกันตลอดเวลา ทำให้เกิดการชำรุดเสียหายเร็ว และชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ก็จำเป็นต้องสั่งเข้ามาทั้งนั้น แต่ปัจจุบันอัตราอากรขาเข้าชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรค่อนข้างสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง หากจะได้มีการลดหย่อนอากรขาเข้าชิ้นส่วนอะไหล่ที่นำเข้ามาเพื่อใช้ทดแทนส่วนที่ชำรุดเสียหายดังกล่าว ก็จะเป็นการช่วยผู้ผลิตได้ทางหนึ่ง
3. หน่วยงานของรัฐ ควรจัดตั้งศูนย์กลางเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเทคนิคการผลิตใหม่ ๆ ให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมประเภทผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปได้ทราบเป็นการทั่วไป ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ เพื่อเป็นการลดการพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศลง
4. ในด้านการตลาด รัฐควรส่งเสริมให้มีการส่งออกให้มากขึ้น เช่น การปรับอัตราเงินชดเชยให้สูงขึ้น เพื่อเป็นการจูงใจให้มีการส่งออก ช่วยจัดหาแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศในราคาถูก เป็นต้น
5. ตลาดในลาวและเขมร ถือได้ว่าเป็นตลาดใหญ่แห่งหนึ่ง รัฐควรหาทางผ่อนปรนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป สามารถขยายตลาดเข้าไปในประเทศลาวและเขมรได้บ้าง แม้บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจะถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ยุคปัจจุบัน แต่แท้จริงแล้วเป็นผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปที่มีราคาถูก ซึ่งเหมาะสมกับภาวะความเป็นอยู่ของประชาชนของประเทศทั้งสองในปัจจุบันอย่างยิ่ง

6. ในด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ควรจะได้มีการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้รวมเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้แก้ไขโดยไม่ขออนุญาต การแก้ไขโดยไม่ขออนุญาตทำให้เกิดความคล่องตัวในทางปฏิบัติของบริษัทผู้ผลิต และควรติดตามตรวจสอบเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดขึ้นอีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้เป็นไปตามมาตรฐานโดยสม่ำเสมอทุกบริษัท เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ประเภท
อาหารของไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กองส่งเสริมอุตสาหกรรม, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. 2527 รายงาน
การศึกษาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเฉพาะประเภทเบเกอรี่สำเร็จรูป

จิราพร ศิริพรรณากุล. 2533. พฤติกรรมการบริโภคขนมปัง. กรุงเทพมหานคร : ปัญหานิเทศ,
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ดารณี พานทอง. 2522. สถานการณ์หีบห่อสินค้าประเภทอาหารในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดำรงค์ วิวัฒนาไพบลีย์ลาภ. 2525. ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเบเกอรี่
สำเร็จรูป. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิรนาม. 2531. "ศึกเบเกอรี่สำเร็จรูปกำลังเข้มข้นในสหรัฐฯ 'TOP RAMEN' นำสู่คู่แข่ง".
(พฤษภาคม 2531):49-54

นิรนาม. 2533. "มาม่าไม่สนเศรษฐกิจเดินหน้าตลาด". ประชาชาติธุรกิจ. (6-8 ธันวาคม
2533):10

บริษัท สหพัฒน์นิบลีย์ จำกัด .2533.รายงานภาวะการตลาดประจำปี. กรุงเทพมหานคร.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดวน เสวตมาลย์.2526. ความปลอดภัยในการบริโภคอาหารถึงสำเร็จรูป. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วนิดา สัทธีธรรมฤทธิ.2527. คุณประโยชน์และโทษของอาหาร. กรุงเทพมหานคร: แผนกบริการ
กลางสำนักงานอธิการบดี พระราชวังสนามจันทร์มหาวิทยาลัยศิลปากร. นครปฐม.

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม,สำนักงาน. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป .2526. กรุงเทพมหานคร.

สมเดช จิตนิรัตน์ .2527. "มาม่าออกสำหรับทะเล". วารสารคู่แข่ง. (ตุลาคม 2527):53-55

อนุศักดิ์ แก้วกล้าว. 2531. "อาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูปเริ่มจากอาหารกระป๋อง".
วารสารคู่แข่ง. (กรกฎาคม 2531):17-20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

1. ขอบข่าย

1.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้กำหนด ประเภท ส่วนประกอบ คุณลักษณะ ที่ต้องการ ภาชนะบรรจุ ปริมาณ เครื่องหมาย และฉลาก การชักตัวอย่างและเกณฑ์ ตัดสิน การตรวจสอบและการวิเคราะห์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

2. บทนิยาม

ความหมายที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

2.1 เส้นบะหมี่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเส้น ซึ่งทำจากแป้งสาลี หรือแป้งสาลี ผสมแป้งชนิดอื่นที่อาจใช้ได้บางส่วนและอาจผสมไข่ลงไปด้วยก็ได้

2.2 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป หมายถึง ผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วยบะหมี่ที่ทำให้สุกแล้ว หรือสุกบ้างแล้ว ชุปและเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรสอื่น ๆ ในอัตราส่วนที่เหมาะสม รวมบรรจุใน ภาชนะเดียวกัน

3. ประเภท

3.1 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

3.1.1 ประเภทที่ 1 ได้แก่ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปซึ่งมีเส้นบะหมี่ที่ทำให้แห้ง

โดยสารที่เป็นอาหารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 ประเภทที่ 2 ได้แก่ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปซึ่งมีเส้นบะหมี่ที่ทำให้แห้ง โดยวิธีอื่น ๆ

4. ส่วนประกอบ

4.1 ส่วนประกอบหลัก

4.1.1 แป้งสาลี

4.1.2 ไข่

4.2 ส่วนประกอบอื่น ๆ ที่อาจมีได้

4.2.1 แป้งชนิดอื่น

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 กลิ่นรส และคุณลักษณะของเส้นบะหมี่

5.1.1 สี

เส้นบะหมี่ต้องไม่ไหม้เกรียม และมีสีเหมือน ๆ กันทุกภาชนะบรรจุ

5.1.2 กลิ่นรส

เส้นบะหมี่ต้องมีกลิ่นรสตามธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้ และไม่มี

กลิ่นเหม็น และเมื่อเติมเครื่องปรุง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องมีกลิ่นรสตามธรรมชาติของส่วนประกอบ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ใช้ และไม่มีกลิ่นแปลกปลอมอื่นใด

5.1.3 คุณลักษณะของเส้นบะหมี่

5.1.3.1 ประเภทที่ 1 เมื่อเติมน้ำเดือดลงบนเส้นบะหมี่ในภาชนะ แล้ว ปิดฝาไว้ เป็นเวลา 4 นาที เส้นต้องอ่อนนุ่ม เหมาะที่จะรับประทาน

5.1.3.2 ประเภทที่ 2 เมื่อใส่เส้นบะหมี่ลงในน้ำเดือด แล้วต้มจนเดือดต่อไป เป็นเวลา 5 นาที เส้นต้องสุกและอ่อนนุ่ม เหมาะที่จะรับประทาน

เมื่อตรวจสอบโดยวิธีให้คะแนนตามข้อ 12.1 แล้ว ต้องมีคะแนนเฉลี่ยของแต่ละ ลักษณะจากผู้ตรวจสอบทุกคนไม่น้อยกว่า 3 คะแนน และไม่มีลักษณะใดได้ 1 คะแนน จากผู้ตรวจสอบคนใดคนหนึ่ง

5.2 ข้อบกพร่องที่ยอมรับได้

เส้นบะหมี่ที่หักตัวอย่างจากโรงงานที่ทำงานจะมีเส้นหักได้ ไม่เกินร้อยละ 8 ของน้ำหนักสุทธิ

5.3 คุณลักษณะทางเคมีของเส้นบะหมี่

ให้เป็นไปตามที่กำหนดในตารางผนวกที่ 1

6. วัตถุเจือปนอาหาร

วัตถุเจือปนอาหารให้ใช้ตามชนิดและปริมาณที่กำหนดไว้ ดังนี้

6.1 วัตถุกันหืน ดังต่อไปนี้ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือผสมกันไม่เกินร้อยละ 0.005 โดยน้ำหนักของบะหมี่สำเร็จรูป

6.1.1 บิวทิลเลต ไฮดรอกซี-2 (หรือ 3)-เทอเชียรี บิวทิล-4-เมทอกซีฟีนอล หรือที่เรียกกันว่า บิวทิลเลต ไฮดรอกซีอะนิโซล (butyated hydroxyanisole)

6.1.2 บิวทิลเลต ไฮดรอกซีโทลูอีน (butyated hydroxytoluene)

6.1.3 โพรพิล กัลเลต (propyl gallate)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ให้ปฏิบัติตามข้อ 12.2.5

ตารางผนวกที่ 1 คุณลักษณะทางเคมีของเส้นบะหมี่

(ข้อ 5.3)

รายการที่	คุณลักษณะ	เกณฑ์ที่กำหนด		วิธีตรวจสอบและวิเคราะห์ตาม
		ประเภทที่ 1	ประเภทที่ 2	
1	ความชื้น ร้อยละ ไม่เกิน	10	12.5	ข้อ 12.2.1
2	*โปรตีน ร้อยละ ไม่น้อยกว่า	10	10	ข้อ 12.2.1
3	ไขมัน ร้อยละ ไม่เกิน	20	ไม่กำหนด	ข้อ 12.2.3
4	ค่าของกรด (acid value) ของน้ำมัน มีลิกรัมโนแทสเชื่อม ไฮดรอกไซด์ต่อน้ำมันหนึ่งกรัม ไม่เกิน	1.8	ไม่กำหนด	ข้อ 12.2.4

หมายเหตุ * ปริมาณโปรตีน = ปริมาณไนโตรเจนทั้งหมด * 5.7

6.2 วัตถุที่ใช้ปรุงแต่งรสอาหาร

6.2.1 โมโนโซเดียม แอล-กลูตาเมต (monosodium L-glutamate)

ไม่เกินร้อยละ 1 โดยน้ำหนัก

การวิเคราะห์ให้ปฏิบัติตามข้อ 12.2.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2.2 ไดโซเดียมอินโนซิเนต (disodium inosinate) หรือแคลเซียมอินโนซิเนต (calcium inosinate) ในปริมาณที่เหมาะสม*

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

6.3 วัตถุที่ทำให้เส้นบะหมี่เหนียว ดังต่อไปนี้ ในปริมาณที่เหมาะสม*

6.3.1 โซเดียมคาร์บอกซีเมทิลเซลลูโลส (sodium carboxy methyl-cellulose)

6.3.2 โซเดียมไฮโดรเจนคาร์บอเนต (sodium hydrogencarbonate) หมายเหตุ * ในปริมาณที่เหมาะสม หมายถึง ให้เติมได้ในปริมาณที่เหมาะสมตามกรรมวิธีของการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ

6.4 สีผสมอาหาร

ห้ามใช้สีทุกชนิด เว้นแต่สีผสมอาหารที่ได้จากธรรมชาติ

การวิเคราะห์ให้ปฏิบัติตามข้อ 12.2.7

หมายเหตุ สารเคมีที่ใช้ตามข้อ 6. ที่ยังไม่ได้มีมาตรฐานกำหนดไว้ต้องเป็นสารเคมีที่มีความบริสุทธิ์ในขั้นสำหรับใช้กับอาหาร (food grade)

7. สัญลักษณ์

7.1 สัญลักษณ์ในการทำบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดสัญลักษณ์ของอาหาร มาตรฐานเลขที่ มอก.34

7.2 ในการทำบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผู้ทำต้องใช่วิธีปฏิบัติที่ดี และผลิตภัณฑ์ต้องไม่มีสิ่งแปลกปลอม

7.3 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจะมีจุลินทรีย์ได้ไม่เกินเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	เส้นบะหมี่	เครื่องปรุง
จำนวนบักเตวต่อกรัมของตัวอย่าง	1 200	500 000
จำนวนราต่อกรัมของตัวอย่าง	10	100

คลอสตริเดียม เวลชีไอ (Clostridium welchii)

หรือ คลอสตริเดียม เพอร์ฟริงเจนส์

(Clostridium perfringens)

ใน 0.01 กรัมของตัวอย่าง

ต้องไม่พบ

ต้องไม่พบ

อี.โคไล (E.Coli) โดยวิธี MPN ต่อกรัมของตัวอย่าง

น้อยกว่า 3

น้อยกว่า 3

สตาฟีโลคอคคัส ออเรียส (Staphylococcus aureus)

ใน 0.01 กรัมของตัวอย่าง

ต้องไม่พบ

ต้องไม่พบ

ซัลโมเนลลา (Salmonella) ใน 25 กรัมของตัวอย่าง

ต้องไม่พบ

ต้องไม่พบ

8. ภาชนะบรรจุ

8.1 ภาชนะที่ใช้บรรจุต้องสะอาดแห้ง ปิดได้สนิท และผิวภายในของภาชนะต้อง

ไม่มีปฏิกิริยากับอาหารที่บรรจุ

9. ปริมาณ

9.1 น้ำหนักสุทธิของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องไม่น้อยกว่าที่กำหนดไว้ที่ฉลาก

10. เครื่องหมายและฉลาก

10.1 ฉลากให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับ

ฉลากสำหรับ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มาตรฐานเลขที่ มอก.31
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการอ้างอิงเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10.2 ที่ภาชนะบรรจุบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมี เลข อักษร หรือ เครื่องหมาย แจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ ให้เห็นง่าย ชัดเจน

10.2.1 คำว่า "บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป"

10.2.2 ชื่อความตแสดงว่าใช้วัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหาร (ถ้ามีการใช้)

10.2.3 น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัม

10.2.4 เดือน ปี ที่ทำ

10.2.5 วิธีทำเพื่อรับประทาน

10.2.6 ชื่อผู้ทำ หรือชื่อโรงงานที่ทำและสถานที่ตั้ง

10.2.7 ชื่อประเทศที่ทำ

10.3 ที่กล่องบรรจุบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทุกกล่อง อย่างน้อยต้องมี เลข อักษร หรือ เครื่องหมาย แจ้งรายละเอียดตาม ข้อ 10.2.1, 10.2.4 และ 10.2.6 และจำนวนหน่วย ที่บรรจุให้เห็นได้ง่าย และชัดเจน

10.4 ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

10.5 ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว

11. การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

11.1 ความหมายของคำที่ใช้ มีดังต่อไปนี้

11.1.1 รุ่น หมายถึง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำนวนหนึ่งที่ผลิตโดยใช้กรรมวิธี เดียวกัน และเครื่องจักรชุดเดียวกัน ในช่วงเวลาต่างกันไม่เกิน 8 ชั่วโมง หรือที่มีการซื้อ าสหรือส่งมอบกันในแต่ละครั้ง

11.1.2 ขนาดรุ่น หมายถึง จำนวนหน่วยบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในรุ่น

11.1.3 ขนาดตัวอย่าง หมายถึง จำนวนหน่วยบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ชักออก

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาจากฐานเพื่อนำมาตรวจสอบ

11.1.4 เลขจำนวนที่ขอมรับ หมายถึง จำนวนสูงสุดของผลิตภัณฑ์บกพร่องที่ขอมให้ใช้ในการพิจารณาเพื่อการขอมรับรุ่นนั้น ๆ

11.2 การชักตัวอย่าง และเกณฑ์ตัดสินให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างที่กำหนดต่อไปนี หรืออาจใช้แผนการชักตัวอย่างอื่นที่เทียบเท่ากันทางวิชาการกับแผนที่กำหนดไว้

11.2.1 การชักตัวอย่างสำหรับการตรวจสอบเครื่องหมาย และฉลากภาชนะบรรจุ ปริมาณ ขอบบ่งชี้ที่ขอมให้ สี กลิ่นรส และคุณลักษณะของเส้นบะหมี่

11.2.1.1 ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากกอง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรุ่นเดียวกัน ตามขนาดตัวอย่างในตารางที่ 2 ระดับที่ 1 นำตัวอย่างที่ได้ไปตรวจสอบเครื่องหมายและฉลาก ภาชนะบรรจุ ปริมาณ ขอบบ่งชี้ที่ขอมให้โดยให้ตรวจสอบทุกหน่วยของตัวอย่าง แล้วจึงนำไปตรวจสอบสี กลิ่นรส และคุณลักษณะของเส้นบะหมี่ หากตรวจสอบโดยใช้ระดับการตรวจสอบระดับที่ 1 แล้วมีข้อโต้แย้งให้ ใช้ระดับการตรวจสอบระดับที่ 2

11.2.1.2 ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องเป็นไปตาม ข้อ 5.1 ข้อ 5.2 ข้อ 8. และข้อ 10. ทุกหน่วยของตัวอย่าง และตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามข้อ 9. ต้องมีจำนวนไม่เกินเลขจำนวนที่ขอมรับในตารางผนวกที่ 2 จึงจะถือว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

11.2.2 การชักตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์คุณลักษณะทางเคมี วัตถุกันเสีย โมโนโซเดียม แอล-กลูตาเมต และสีผสมอาหาร

11.2.2.1 ให้ชักตัวอย่างใหม่จำนวน 14 หน่วยภาชนะบรรจุโดยวิธีสุ่มจากรุ่นเดียวกัน เปิดภาชนะบรรจุทั้งหมดออกนำเส้นบะหมี่มารวมกัน บดให้ละเอียด แล้วแบ่งออกเป็น 3 ส่วนเท่า ๆ กัน บรรจุในภาชนะที่สะอาด แห้ง และปิดได้สนิท ส่วนหนึ่งใช้ในการวิเคราะห์ อีก 2 ส่วนที่เหลือให้ผู้เกี่ยวข้องเก็บไว้เป็นหลักฐาน สำหรับเครื่องปรุงให้ในแต่ละชนิดมาผสมกัน แล้วทำเช่นเดียวกับเส้นบะหมี่

11.2.2.2 ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องเป็นไปตามข้อ 5.3 และ

ข้อ 6. ทุกข้อจึงจะถือว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 2 การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

(ข้อ 11.2.1)

		ระดับการตรวจสอบ			
ขนาดรุ่น		ระดับที่ 1		ระดับที่ 2	
หน่วยภาชนะบรรจุ		ขนาดตัวอย่าง หน่วยภาชนะบรรจุ		ขนาดตัวอย่าง หน่วยภาชนะบรรจุ	
		เลขจำนวน ที่ยอมรับ		เลขจำนวน ที่ยอมรับ	
ไม่เกิน	4 800	6	1	13	2
4 801 ถึง	24 000	13	2	21	3
24 001 ถึง	48 000	21	3	29	4
48 001 ถึง	84 000	29	4	48	6
84 001 ถึง	144 000	48	6	84	9
144 001 ถึง	240 000	84	9	126	13
มากกว่า	240 000	126	13	200	19

11.2.3 การชักตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์จุลินทรีย์

11.2.3.1 ให้ชักตัวอย่างใหม่จำนวน 20 หน่วยภาชนะบรรจุโดยวิธี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 สุ่มจาก รุ่นเดียวกัน เปิดภาชนะทั้งหมดออก นำเส้นปะหุ้มมารวมกัน บดให้ละเอียด แล้วแบ่ง
 ไม่กว่ากรัมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกเป็น 3 ส่วนเท่า ๆ กัน บรรจุในภาชนะที่สะอาด แห้งและปิดได้สนิท ส่วนหนึ่งใช้ในการวิเคราะห์ อีก 2 ส่วนที่เหลือให้ผู้เกี่ยวข้องเก็บไว้เป็นหลักฐาน สำหรับเครื่องปรุ่งให้นำแต่ละชนิดมาผสมกัน แล้วทำเช่นเดียวกับเส้นบะหมี่ หากตรวจสอบแล้วมีข้อโต้แย้งให้ชักตัวอย่างเพิ่มอีก 30 หน่วยภาชนะบรรจุ

11.2.3.2 ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องเป็นไปตามข้อ 7.3 จึงจะถือว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

11.2.4 เกณฑ์ตัดสิน

ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต้องเป็นไปตาม ข้อ 11.2.1.2 ข้อ 11.2.2.2 และข้อ 11.2.3.2 ทุกข้อ จึงจะถือว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนั้นเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้

12. การตรวจสอบและการวิเคราะห์

12.1 การตรวจสอบ

12.1.1 สี

ให้ตรวจสอบเส้นบะหมี่ก่อนเติมหรือต้มในน้ำเดือด (แล้วแต่กรณี)

โดยการนิจเปรียบเทียบตัวอย่างพร้อม ๆ กัน

12.1.2 กลิ่นรสและคุณลักษณะของเส้นบะหมี่

12.1.2.1 นำเส้นบะหมี่แต่ละห่อมาเติมหรือต้มในน้ำเดือด (แล้วแต่กรณี) ตรวจสอบกลิ่นรสและคุณลักษณะของเส้นบะหมี่ก่อนเติมเครื่องปรุง และตรวจสอบกลิ่นรสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปหลังเติมเครื่องปรุง ตามวิธีที่ระบุไว้ที่ฉลาก

12.1.2.2 วิธีตรวจสอบ

(1) คณะผู้ตรวจสอบ ประกอบด้วยผู้ที่มีความชำนาญในการตรวจสอบบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปอย่างน้อย 5 คน ทุกคนจะแยกกันตรวจและให้คะแนนโดยอิสระ

(2) หลักเกณฑ์ในการให้คะแนน ในการตรวจสอบบะหมี่กึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า สำเร็จรูป ให้เป็นไปตามตารางที่ 3

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12.2 การวิเคราะห์ความชื้น โปรตีน ไขมัน ค่าของกรดของน้ำมัน วัตถุกันหืน โมโนโซเดียม แอล-กลูตาเมต สีผสมอาหาร และจุลินทรีย์ วิธีวิเคราะห์ ให้ปฏิบัติตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม วิธีวิเคราะห์อาหาร ตามประกาศของกระทรวงอุตสาหกรรม ในขณะที่ยังมิได้มีการประกาศกำหนดมาตรฐานดังกล่าว ให้ใช้วิธีวิเคราะห์ดังนี้

ตารางผนวกที่ 3 หลักเกณฑ์การให้คะแนน (ข้อ 12.1.2.2)

สมบัติที่ตรวจสอบ	ระดับการตัดสิน	คะแนนที่ได้
สี	สีเหมือนกันดีมาก	5
	สีเหมือนกันดี	4
	สีเหมือนกันปานกลาง	3
	สีเหมือนกันพอใช้	2
	สีไม่เหมือนกัน หรือไหม้เกรียม	1
กลิ่นรสของเส้นบะหมี่	ดีมาก	5
	ดี	4
	ปานกลาง	3
	พอใช้	2
	มีกลิ่นรสไม่ดี เช่น อับหรือหืน	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

สมบัติที่ตรวจสอบ	ระดับการตัดสินใจ	คะแนนที่ได้
คุณสมบัติของเส้นบะหมี่	ดีมาก	5
	ดี	4
	ปานกลาง	3
	พอใช้	2
	เส้นไม่สุก และไม่อ่อนนุ่ม	1
กลิ่นรสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	ดีมาก	5
	ดี	4
	ปานกลาง	3
	พอใช้	2
	มีกลิ่นรสไม่ดี หรือมีกลิ่นแปลกปลอมอื่นใด	1

12.2.1 ความชื้น ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC(1980) ข้อ

14.133 หรือข้อ 14.134

12.2.2 โปรตีน ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC(1980) ข้อ

14.132

12.2.3 ไขมัน ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC(1980) ข้อ 7.057

12.2.4 ค่าของกรดของน้ำมันให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน IUPAC(1966):

II.D.1.2 acid value (I_A) รับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12.2.5 วัดกันหิน

12.2.5.1 บิวทิเลต ไฮดรอกซีอะนิโซล และ บิวทิเลต ไฮดรอกซีโทลูอิน ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC(1980) ข้อ 20.009 ถึง ข้อ 20.012 หรือวิธีอื่นที่เทียบเท่า ในกรณีที่มีปัญหาให้ใช้วิธีที่กำหนดใน AOAC เป็นวิธีตัดสิน

12.2.5.2 โพรพิล กัลเลต ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน FA-53 July 1965. Food and Drug Laboratories Ottawa, Acceptable method ในหัวข้อ The determination of antioxidants in fats and oils

12.2.6 โมโนโซเดียม แอล-กลูตาเมต ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC(1980) ข้อ 20.189 ถึงข้อ 20.191

12.2.7 สัมผัสอาหาร ให้วิเคราะห์ตามวิธีใน 444 ถึง 445 ของ Modern food analysis โดย F. Leslie Hart A.M. and Harry Johnstone Fisher ปี 1971

12.2.8 จุลินทรีย์ ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน Recommended methods for the microbiological of foods, 2nd ed. J.M. Sharf (editor), American Public Health Association, Inc. และวิธีที่กำหนดใน Microorganism in foods : their significance and methods of enumeration, F.S. Thatcher & D.S. Clark, University of Toronto Press, 1975

ภาคผนวก ข.

เลขที่.....

แบบสอบถาม

ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคขยะทิ้งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์.....
มหาวิทยาลัย.....

โปรดกาเครื่องหมาย "x" ลงใน () หน้าข้อความที่ท่านเลือกและเห็นว่าเหมาะสมที่สุด

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ
() ชาย () หญิง
2. อายุ ปี
3. ท่านกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่
4. ท่านกำลังศึกษาอยู่คณะ สาขาวิชา
5. ท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
() ไม่เกิน 1,500 บาท
() 1,501 - 2,500 บาท
() 2,501 - 3,500 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
() มากกว่า 3,500 บาทขึ้นไป
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. สถานที่ที่ท่านพักอาศัยอยู่คือ

- () บ้าน บิดา มารดา
- () บ้านญาติ
- () บ้านเช่า หรือ หอพัก
- () บ้านเพื่อน
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

หมวดที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมทางจริยธรรม

7. ท่านเคยรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปหรือไม่

- () เคย
- () ไม่เคย

8. ท่านเคยรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ชงกับน้ำร้อน , ต้มกับน้ำร้อน
- () รับประทานแห้ง ๆ โดยไม่ได้ชงกับน้ำร้อน
- () ผัด หรือ ปรับปรุงเป็นอาหารอย่างอื่น
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

9. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรสใดที่ท่านชอบมากที่สุด

- () รสหมูสับ
- () รสต้มยำกุ้ง
- () รสเนื้อ
- () รสไก่
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. โดยปกติบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ท่านรับประทาน ใครเป็นผู้ซื้อ

- () ซื้อเอง
- () บิดา มารดา
- () ญาติ
- () เพื่อน
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

11. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ท่านเลือกบริโภคมีการบรรจุหีบห่อแบบใดบ้าง

- () แบบซอง เพราะ
- () แบบถ้วยโฟม เพราะ
- () แบบชามโฟม เพราะ
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

12. ท่านซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเฉลี่ยเดือนละ

- () ต่ำกว่า 10 ซอง หรือ ถ้วย
- () 10 - 15 ซอง หรือ ถ้วย
- () 16 - 20 ซอง หรือ ถ้วย
- () มากกว่า 20 ซอง หรือ ถ้วย ขึ้นไป

13. โดยปกติท่านซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป จากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ร้านค้าทั่วไป
- () ซูเปอร์มาร์เก็ต
- () ร้านค้าของมหาวิทยาลัย
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

14. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยี่ห้อใดที่ท่านบริโภคเป็นประจำ

- () มาม่า
- () แม่ไก่
- () ไวไว
- () เม็ชวโจชินมัต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- () ยืม () นวัตกรรมดี
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

15. เหตุผลที่ท่านเลือกบริโภคขนมปังสำเร็จรูป เนื่องจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ราคาไม่แพง
- () ประโยชน์ต่อสุขภาพ
- () รสชาติดี
- () โฆษณาจูงใจ
- () ความสะดวก
- () เชื่อถือในตราสัญลักษณ์
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

16. ท่านรู้จักขนมปังสำเร็จรูปจากสื่อโฆษณาประเภทใดมากที่สุด

- () โทรทัศน์
- () หนังสือพิมพ์
- () วิทยุ
- () นิตยสาร , วารสาร
- () นิตยสารโฆษณาในโรงพยาบาล
- () ใบปิดประกาศ
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

17. การโฆษณาขนมปังสำเร็จรูปมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อของท่านให้ง่ายขึ้นหรือไม่

- () มีน้อย
- () มีปานกลาง
- () มีมาก
- () ไม่มี
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดที่ 3 เกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค

18. ท่านคิดว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีประโยชน์ต่อท่านด้านใด

- () คุณค่าอาหาร
- () ความสะดวกและประหยัดเวลา
- () ประหยัดค่าใช้จ่าย
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

19. ท่านคิดว่าการบรรจุหีบห่อของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเหมาะสมหรือไม่

- () เหมาะสม
- () ไม่เหมาะสม แบบใด
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

20. ท่านคิดว่าราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเหมาะสมหรือไม่

- () เหมาะสม
- () ไม่เหมาะสม แบบใด.....
- แบบซองควมมีราคา.....
- แบบถ้วยโฟมหรือข้ามโฟมราคา.....
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

21. ถ้าหากมีการขึ้นราคาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ท่านจะ

- () เลิกบริโภค เพราะ
- () บริโภคน้อยลง เพราะ
- () บริโภคเท่าเดิม เพราะ
- () บริโภคเพิ่มขึ้น เพราะ
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

22. ท่านคิดว่าการโฆษณาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ควรจะมีในสื่อใดมากที่สุด

- () โทรทัศน์
- () หนังสือพิมพ์
- () วิทยุ
- () นิตยสาร , วารสาร
- () ฟิล์มโฆษณาในโรงภาพยนตร์
- () ใบปิดประกาศ
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

23. ต่อจากข้อ 22 ท่านคิดว่าระดับการโฆษณาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ควรจะ

- () ลดลง ในสื่อ
- () เท่าเดิม
- () เพิ่มขึ้น ในสื่อ

24. ท่านคิดว่าจำนวนรสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปควรจะมี (รส เช่น รสหมูสับ รสต้มยำกุ้ง เป็นต้น)

- () ลดลง ในรส
- () เท่าเดิม
- () เพิ่มขึ้น ในรส

25. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ท่านต้องการให้ปรับปรุง

.....

.....

.....

.....



ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

ผู้สัมภาษณ์.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้