

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์ปัจจุบันเป็นที่คาดการณ์ว่าในปี 2550 แนวโน้มตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่มีมูลค่ากว่า 1 หมื่นล้านบาท จะมีอัตราการเจริญเติบโต 5-7% ในขณะที่สิ้นปีที่ผ่านมา ตลาดมีการขยายตัว 9.5% โดยบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปชนิดซองปกติและขนาดซองใหญ่ซึ่งมีสัดส่วนในตลาด 95-96% มีอัตราการเติบโตประมาณ 7% และคาดว่าในอีก 1-2 ปี ข้างหน้านี้ ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปชนิดถ้วยจะกลายเป็นตลาดที่ใหญ่มากขึ้น จากขณะนี้ที่มีมูลค่าเกือบ 1,000 ล้านบาท และยังเป็นตลาดที่ใหม่อยู่สำหรับคนไทย (ผู้จัดการ, 2549)

อนึ่ง จากปัจจัยด้านราคาที่ดีของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ส่งผลให้ทิศทางการขยายตัวของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นไปในลักษณะที่สวนทางกับภาวะการขยายตัวของเศรษฐกิจ โดยหากในปีใดที่เศรษฐกิจโดยรวมตกต่ำ ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจะขยายตัวได้ในอัตราที่สูงกว่าปกติ ดังนั้น ปริมาณการจำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในแต่ละปี จึงสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศแบบชาวบ้านได้เป็นอย่างดี เนื่องจากพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของคนไทยนั้นจะเห็นว่าบะหมี่เป็นอาหารราคาถูก มีความรวดเร็ว และเมื่อต้องการความประหยัด (marketinfo, 2549)

ด้านภาพรวมตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปัจจุบันนั้น มีการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกเป็นหลักนับตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี สำหรับแบรนด์ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในขณะนี้คือ มามา มีส่วนแบ่งตลาด 53% รองลงมาคือไวไว 25% ย้าย่า 21.5% และอื่นๆ 0.5% (มติชน, 2550: 19)

จากสภาพการณ์ดังกล่าวนี้ พอจะชี้ให้เห็นได้ว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปกำลังเข้ามามีส่วนสำคัญยิ่งในภาคการบริโภคของประชาชนชาวไทยในปัจจุบัน

ทั้งนี้ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นสินค้าตัวหนึ่งในอุตสาหกรรมอาหารกึ่งสำเร็จรูปที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง นับแต่เริ่มมีการวางจำหน่ายในประเทศไทยครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2515 ซึ่งในระยะแรกบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากนัก การบริโภคยังจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มที่เป็กรับวัฒนธรรมการบริโภคแบบญี่ปุ่น และจากระดับราคาที่ต่ำ ประกอบกับการใช้การสื่อสาร

ทางการตลาด ทำให้กะหล่ำสำเร็จรูปสามารถขยายฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสู่ผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน, นิสิต และนักศึกษาที่อาศัยในหอพัก ซึ่งไม่สะดวกในการปรุงอาหารได้ โดยระยะแรกกะหล่ำสำเร็จรูปมีมูลค่าตลาดเพียงปีละกว่า 100 ล้านบาทเท่านั้น (marketinfo, 2549)

ถึงแม้ว่าตลาดของกะหล่ำสำเร็จรูปจะมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในปัจจุบันนี้ ได้มีการวิจัยถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคในการบริโภคกะหล่ำสำเร็จรูปมากเกินไป โดยการตรวจวิเคราะห์คุณค่าทางอาหารของกะหล่ำสำเร็จรูปที่วางจำหน่ายในท้องตลาดนั้น พบว่ากะหล่ำสำเร็จรูป ให้โทษมากกว่าที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย ทั้งนี้ในกะหล่ำสำเร็จรูปน้ำหนัก 100 กรัม ให้พลังงาน 430 แคลลอรี่ โปรตีน 12 กรัม ไขมัน 16 กรัม และคาร์โบไฮเดรต 60 กรัม โดยมีเกลือแรมผสมอยู่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น (อนุเทพ ภาสุระ, 2545) ซึ่งในทางการแพทย์แล้ว ถือได้ว่ากะหล่ำสำเร็จรูปแทบไม่มีคุณค่าทางอาหารต่อร่างกาย โดยจะมีเพียงส่วนประกอบของสารอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรตที่ได้จากแป้งเท่านั้น

จากผลิตภัณฑ์กะหล่ำสำเร็จรูปนี้ ยังพบว่าส่วนประกอบหลักเป็นอันดับสองรองจากแป้งคือ ไขมัน ซึ่งศาสตราจารย์ฮาโรลด์ คอร์ก ผู้เชี่ยวชาญทางชีวสาส์นแห่งมหาวิทยาลัยฮ่องกง กล่าวว่า นอกจากไขมันในรูปน้ำมันที่อยู่ในซองสำหรับปรุงรสแล้ว กะหล่ำสำเร็จรูปส่วนใหญ่ใช้วิธีทอดเส้นในน้ำมัน มีเพียง 3-4% เท่านั้นที่อบแห้งโดยใช้ลมร้อน (Air-Drying) ซึ่งไม่มีการระบุไว้ในฉลากเพราะไม่ใช่จุดขายของสินค้า กะหล่ำสำเร็จรูปส่วนใหญ่จึงมีน้ำมันอยู่ประมาณ 18% ซึ่งผู้ผลิตจะใช้น้ำมันปาล์มอันหาได้ง่ายในแถบทวีปเอเชีย เพราะราคาถูกและทำให้กะหล่ำสำเร็จรูปมีรสชาติดี ทว่าไขมันจากน้ำมันปาล์มซึ่งเป็นไขมันอิ่มตัวสูง ก็ไม่เหมาะกับคนที่เป็นโรคเกี่ยวกับหลอดเลือดหัวใจ

นอกจากนี้ ในกะหล่ำสำเร็จรูปยังมีเกลือ โซเดียมคลอไรด์ โดยที่ผู้ผลิตจะใช้สารนี้เพื่อทำให้เส้นกะหล่ำมีสีเหลืองอ่อนๆ น่ารับประทาน ทำให้เส้นเหนียวนุ่ม ไม่เสง่ายเมื่อถูกน้ำร้อน แต่ไม่มีคุณค่าทางอาหาร อนึ่ง ในส่วนของเครื่องปรุงรสจะประกอบด้วยเกลือเป็นส่วนใหญ่ ไม่เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เป็นความดันโลหิตสูงด้วย (มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, 2545)

พฤติกรรมการบริโภคกะหล่ำสำเร็จรูปแบบผิดๆ ของเด็กจำนวนมาก ซึ่งนิยมนำกะหล่ำสำเร็จรูปมารับประทานโดยตรงไม่ผ่านการปรุงตามกรรมวิธีที่ถูกต้อง การรับประทานกะหล่ำสำเร็จรูปในลักษณะดังกล่าว จะก่อให้เกิดผลเสียต่อร่างกายเป็นอย่างมาก เนื่องจากกะหล่ำสำเร็จรูปส่วนมากมีรสค่อนข้างจัด เมื่อเส้นกะหล่ำตกลึงกระเพาะก็จะดูดน้ำส่วนอื่นของร่างกาย ทำให้มีอาการคล้ายกับการขาดน้ำ นอกจากนี้ หากมีการใส่เครื่องปรุงเข้าไปด้วย จะทำให้เป็นอันตรายต่อร่างกาย จากผลของการรับประทานผงชูรสมากเกินไป ซึ่งจะส่งผลให้เกิดอาการคอแห้ง มีน้ิรยะ เวียนศีรษะ เป็นต้น (อนุเทพ ภาสุระ, 2545)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่และรายได้ของประชากรอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างสูง และมีการจับจ่ายใช้สอยในสินค้าประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคอยู่ในอัตราที่สูงด้วย อีกทั้งสภาพสังคมปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมที่เร่งรีบ การเลือกทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ถึงแม้จะเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้มีเวลาในการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ทดแทนการประกอบอาหารเพิ่มมากขึ้น แต่ผลเสียที่จะได้รับในแต่ละวันจากความเร่งรีบและไร้การใส่ใจทางด้านโภชนาการของผู้บริโภคภายในจังหวัดเชียงใหม่เอง จะส่งผลให้เกิดการเจ็บป่วยที่ทำให้ต้องสูญเสียค่ารักษาพยาบาลและเสียเวลาในการรักษาพยาบาล ทำให้ผู้บริโภคต้องเกิดค่าเสียโอกาสในการประกอบกิจกรรมอื่นๆ มากกว่าเดิม

แม้บะหมี่สำเร็จรูปจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทหนึ่งที่มีการแข่งขันทางการจำหน่ายอย่างสูง และมีให้เลือกมากมายหลายยี่ห้อและรูปแบบก็ตาม แต่ผลที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการบริโภคมากเกินไป จะทำให้เกิดโทษต่อร่างกาย จากผลเสียต่างๆ ของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตามที่กล่าวมานั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภค เพื่อเป็นการหาปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป โดยสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งมีคุณค่าทางอาหารมากกว่า เข้าไปทดแทนบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป รวมไปถึงการเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการป้องกันและวางแผนกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ที่เหมาะสมในการชี้แนะและให้ความรู้แก่ผู้บริโภคถึงโทษของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังเป็นการบ่งชี้ต่อผู้ผลิตที่จะต้องใส่ใจถึงสารอาหารในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคจะได้รับมากขึ้น และยังเป็นการสร้างตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปใหม่ที่เน้นการผลิตที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับสารอาหารครบทุกหมู่ตามหลักโภชนาการ ทำให้ผู้ผลิตสามารถเพิ่มมูลค่าของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้มากขึ้นไปด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภค

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงลักษณะพฤติกรรม ความต้องการ รวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันและ

วางแผนกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ที่เหมาะสม เพื่อควบคุมหรือลดการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภค

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ตลอดจนพฤติกรรมในการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งจะศึกษากลุ่มผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ช่วงระยะเวลาในการศึกษาทั้งสิ้น 15 สัปดาห์ คือระหว่างวันที่ 19 กุมภาพันธ์ ถึง 31 พฤษภาคม 2550 ทั้งนี้จะทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1-15 พฤษภาคม 2550 โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่ง ในแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด

1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1.5.1 ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่เคยบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.5.2 สินค้าอุปโภคบริโภค หมายถึง สินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทั้งนี้สินค้าบริโภครวมถึงสินค้าที่มนุษย์รับเข้าสู่ร่างกาย เพื่อนำไปใช้ประโยชน์อันเกิดแต่สินค้านั้นๆ และสินค้าอุปโภคคือสินค้าซึ่งมนุษย์ใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์จากตัวสินค้านั้นเอง โดยมนุษย์มีความจำเป็นต้องอุปโภคบริโภคสินค้า ณ ระดับใดระดับหนึ่ง เป็นระดับพื้นฐาน มิฉะนั้นจะไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้