

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

จากการที่สังคมเกษตรกรรมเปลี่ยนเป็นสังคมอุตสาหกรรม ส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไป มีความรีบเร่งแข่งขันกับเวลามากขึ้น ทำให้บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้รับความนิยมแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภค ยิ่งในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจซบเซา กำลังซื้อของประชาชนลดลง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปก็ยิ่งเป็นที่นิยมมากขึ้น เนื่องจากมีราคาที่ต่ำเมื่อเทียบกับอาหารประเภทต่าง ๆ ที่มีการปรับราคาขึ้นไปสูงมากในปัจจุบัน (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2541)

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นสินค้าที่มีการขยายตัวต่อเนื่อง เนื่องจากอาหารถือเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่จำเป็นในการดำรงชีวิต และเป็นอาหารรูปแบบหนึ่งที่ตอบสนองวิถีชีวิตคนรุ่นใหม่ที่มีเวลาประกอบอาหารน้อย ปัจจุบันตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีมูลค่าประมาณ 9,000-9,500 ล้านบาทต่อปี ขยายตัวประมาณร้อยละ 5-10 ต่อปี ปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้หลายปีที่ผ่านมามีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ สนใจเข้าตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป แต่ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการรายใหม่น้อยรายจะประสบผลสำเร็จ เนื่องจากไม่สามารถฝ่ากระแสแข่งขันรุนแรงจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เป็นผู้นำตลาด ซึ่งมีชื่อเสียงและมีช่องทางจำหน่ายแข็งแกร่งได้ (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2545) ท่ามกลางการขยายตัวของตลาดและการเพิ่มขึ้นของการบริโภค ได้มีการกล่าวถึงผลจากการศึกษาในอดีตของนักโภชนาการที่กล่าวว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารที่คีย์คุณค่าและไม่สมดุล โดยส่วนประกอบหลักของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปคือแป้งและไขมัน และในเครื่องปรุงก็มีผงชูรสและโซเดียมในปริมาณสูง ซึ่งหากผู้บริโภครับประทานติดต่อกันเป็นประจำหรือรับประทานโดยไม่มีการเติมส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น เนื้อสัตว์ ไข่หรือผักต่าง ๆ จะทำให้ร่างกายขาดสารอาหาร ได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วน และเสี่ยงต่อการสะสมของสารต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่โรคร้ายต่าง ๆ ได้ ดังนั้นการบริโภคจึงควรรับประทานให้ถูกวิธีโดยการปรุงให้สุกและเติมเนื้อสัตว์ ไข่หรือผักต่าง ๆ ลงไปด้วยทุกครั้งเพื่อเพิ่มคุณค่าทางอาหาร (มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, 2545: ระบบออนไลน์) แต่ไม่ว่าจะมีการวิพากษ์วิจารณ์ถึงส่วนประกอบต่าง ๆ ของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปหรือเครื่องปรุงในซองซึ่งมีปริมาณของผงชูรสหรือโซเดียมในปริมาณที่สูงจนอาจก่อให้เกิดโทษต่อผู้บริโภคได้หากรับประทานมากเกินไป ก็ไม่ได้ส่งผลให้ปริมาณการผลิตและการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปน้อยลงแต่อย่างใด ตลาดของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยังคงมีการขยายตัวอยู่ตลอดเวลาและทวีความรุนแรงในการแข่งขันมากขึ้นอีกด้วย (ความรู้ กึ่งสำเร็จรูป, 2548: ระบบออนไลน์) จากรายงานระบุว่า ในแต่ละวันคนไทยรับประทานบะหมี่กึ่ง

สำเร็จรูป 6 – 7 ล้านซอง คิดเป็นคนละประมาณ 50 ซองต่อปี กลุ่มที่รับประทานมากที่สุดจะเป็นเด็กวัยเรียนและวัยรุ่น โดยเฉพาะเด็กอาศัยในหอพัก ซึ่งมีหลายเหตุผลที่บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารยอดนิยมในสังคมไทย อันได้แก่ ปรุงง่าย, สะดวก, ไม่เสียเวลา, เหมาะสำหรับคนมีเวลาน้อย, และทำกับข้าวไม่เป็น สามารถปรุงได้ง่าย และหาซื้อง่าย, ราคาไม่แพง ที่สำคัญคือ มีหลากหลายยี่ห้อและรสชาติให้เลือกตามรสนิยมของคนไทย (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, ฉบับวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2549)

จากเหตุผลทางการแข่งขันและการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และจากผลการสำรวจที่พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเด็ก วัยเรียน วัยรุ่นและเด็กที่อาศัยอยู่หอพัก ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่และมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ (กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย, 2548: ระบบออนไลน์) และมีสถาบันการศึกษาอยู่เป็นจำนวนมาก มีสถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยอยู่ถึง 6 แห่ง ซึ่งนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยรุ่น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลแก่ธุรกิจบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในการใช้เป็นองค์ประกอบในการวางแผนและพัฒนาปรับปรุงแผนการตลาด และเป็นข้อมูลเพื่อการศึกษาแก่ผู้ที่สนใจในธุรกิจบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นองค์ประกอบในการวางแผนและพัฒนาแผนการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและเป็นข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจ

### นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้โดยที่ผู้ผลิตหรือจำหน่ายได้ใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปให้เกิด

ความพอใจสูงสุด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

**การตัดสินใจซื้อ** หมายถึง กระบวนการของลูกค้ำที่เริ่มต้นจากการได้รับการกระตุ้นการรับรู้ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจใช้เงิน เพื่อที่จะแลกเปลี่ยนกับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่พึงพอใจ

**บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วยเส้นบะหมี่ที่ผลิตจากแป้งสาลี หรือแป้งสาลีผสมกับแป้งชนิดอื่นที่ผ่านการทำให้แห้งโดยการทอดในน้ำมัน หรือวิธีการอื่น และเครื่องปรุงรสบรรจุซองในอัตราส่วนที่เหมาะสม เช่น ซุปแห้ง โปรตีนเข้มข้น เกลือ พริกไทย พริกป่น รวมบรรจุอยู่ในภาชนะบรรจุเดียวกัน มีทั้งชนิดซองและชนิดถ้วย สามารถรับประทานได้ทันทีหลังจากผ่านวิธีการปรุงหรือทำให้สุกในเวลาอันสั้น

**นักศึกษามหาวิทยาลัย** หมายถึง นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยทุกระดับการศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 แห่ง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, มหาวิทยาลัยพายัพ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, และมหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่ และเป็นผู้ที่เคยซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved