

บทที่ 1

บทนำ



อุตสาหกรรมแป้งสาลีเริ่มมีการผลิตในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2507¹ ก่อนหน้านั้นแป้งสาลีที่ใช้ในประเทศไทยจำเป็นต้องสั่งซื้อเข้ามาจากต่างประเทศทั้งสิ้น ในปัจจุบันการผลิตแป้งสาลีภายในประเทศเป็นไปในลักษณะสังเคราะห์แป้งสาลีเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อเป็นวัตถุดิบ(เพราะข้าวสาลีไม่สามารถปลูกได้ในประเทศไทยเนื่องจากสภาพอากาศไม่อำนวย) แล้วทำการโม้ข้าวสาลีให้เป็นแป้งสาลี

แป้งสาลีมีการใช้กันอย่างแพร่หลายในกิจการหลายอย่าง และอาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งต่อชีวิตประจำวันของคนทั่วไปในปัจจุบัน โดยการนำเอาไปทำเป็นผลิตภัณฑ์อาหารโดยตรงหรือเป็นส่วนประกอบของอาหารหรือของว่างต่าง ๆ ซึ่งให้คุณค่าทางอาหารต่อร่างกาย ในด้าน โปรตีน ไขมัน และคาร์โบไฮเดรต ฉะนั้นอุตสาหกรรมนี้จึงนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญประเภทหนึ่งที่มีเริ่มให้เกิดขึ้นภายในประเทศ แทนการนำเข้าแป้งสาลีสำเร็จรูปเข้ามาจากต่างประเทศโดยตรง เพราะอย่างน้อยการที่มีโรงงานอุตสาหกรรมแป้งสาลีภายในประเทศ ก็จะทำให้มีการจ้างงานเกิดขึ้นตลอดจนมีผลทำให้เกิดธุรกิจอุตสาหกรรมอื่น ๆ ตามขึ้นมาอีก เช่น อุตสาหกรรมการทำขนมปัง กึ่งสำเร็จรูป อุตสาหกรรมการทำขนมปัง ขนมเค้กต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งถ้าแป้งสาลี ความการบริโภคแล้วจะสามารถแบ่งแป้งสาลีได้เป็น 2 จำพวก คือ

¹กระทรวงอุตสาหกรรม, กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานการศึกษาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเฉพาะประเภท อุตสาหกรรมแป้งสาลี (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม, 2523), หน้า 1.

1. สินค้าบริโภคกรรม (Consumer Goods)¹ เป็นสินค้าที่มุ่งจำหน่ายไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อใช้ตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล(Personal Needs) พวกที่ใช้แป้งสาลีในแง่ที่เป็นสินค้าบริโภคกรรมได้แก่ แม้บ้านที่ซื้อแป้งสาลีเพื่อนำไปทำขนมปัง ขนมเค้ก ตลอดจนอาหารคาวและอาหารหวานต่าง ๆ เพื่อรับประทานภายในครอบครัว

2. สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods)¹ เป็นสินค้าที่มุ่งจำหน่ายเพื่อให้ผู้ซื้อนำไปใช้ในการผลิตสินค้าอีกทีหนึ่ง หรือเพื่อใช้ตอบสนองความต้องการของสถาบัน (Institutional or Impersonal Needs) พวกที่ใช้แป้งสาลีในแง่ที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรมได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า เช่น เบเกอรี่สำเร็จรูป เบเกอรี่สด ขนมปัง บิสกิต คุกกี้และพวกที่ทำพาย่างโกโรกี ซาลาเปา เป็นต้น

ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะ ระบบตลาดของแป้งสาลีในแง่ที่ใช้เป็นสินค้าอุตสาหกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นหลัก

ในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนได้จัดแบ่งเรื่องออกเป็นบทต่าง ๆ ดังนี้
 บทที่ 1 บทนำ เป็นการกล่าวถึงที่มาของการทำโครงร่างวิทยานิพนธ์และการวิจัย
 บทที่ 2 ลักษณะทั่วไปและกรรมวิธีการผลิตแป้งสาลี จะกล่าวถึงลักษณะทั่วไปของแป้งสาลี ตลอดจนถึงขั้นตอนในการผลิตแป้งสาลี

บทที่ 3 การตลาดของแป้งสาลี จะกล่าวถึงระบบตลาดของแป้งสาลีในแง่ที่ใช้เป็นสินค้าอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุป ปัญหา และข้อเสนอแนะ

¹ อคุลย์ จากุรงคกุล, การตลาด (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวชิตรธรรมศาสตร์, 2519), หน้า 192.

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบตลาดอุตสาหกรรมของแป้งสาลีในเขตกรุงเทพมหานคร อันจะเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมของแป้งสาลีในอนาคตต่อไป ทั้งนี้ตลาดอุตสาหกรรมของแป้งสาลีแบ่งผู้บริโภคนแป้งสาลีที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรมเป็น 3 พวก คือ

1. โรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า
 - บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
 - บะหมี่สด
 - ขนมปัง บิสกิต คุกกี้ แครกเกอร์ เวเฟอร์ ขนมเปี๊ยะ
2. ร้านขนมปัง ขนมอบ โคนัท
3. อื่น ๆ ได้แก่พวกทำ ปาท่องโก๋ โรตีสี และชาลาเปา

ขอบเขตและข้อกำหนดในการศึกษา

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีขอบเขตและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากปริมาณการบริโภคแป้งสาลีในแง่ที่เป็นสินค้าบริโภคกรรมมีน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการบริโภคในแง่ที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรม ดังนั้น การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะศึกษาเฉพาะ ระบบตลาดโดยทั่วไปของแป้งสาลีที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรมเท่านั้น
2. ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของแป้งสาลีในเขตกรุงเทพมหานคร มีประมาณ 60 - 65 %¹ ของส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นตลาดที่ใหญ่ ดังนั้น การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะทำการศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น
3. ประชากรตามความหมายของการศึกษาในเรื่องนี้หมายถึง ผู้บริโภคแป้งสาลีในแง่ที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods) ซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

¹สัมภาษณ์ วิเชียร เลิศโกคานนท์, ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ส่วนงานที่ II ฝ่ายอุตสาหกรรมอาหาร บริษัทศรีกรุงวัฒนาจำกัด, 3 กรกฎาคม 2525.

3.1 โรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมก่อนวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2525 แบ่งออกได้เป็น

- โรงงานผลิตขนมปังสำเร็จรูป ในวิทยาลัยเกษตรกรรมจะเรียกว่า โรงงานอุตสาหกรรมขนมปังสำเร็จรูป
- โรงงานผลิตขนมปังสดในวิทยาลัยเกษตรกรรมจะเรียกว่า โรงงานอุตสาหกรรมขนมปัง
- โรงงานผลิต ขนมปัง บิสกิต คุกกี้ แครกเกอร์ เวเฟอร์ ขนมเปียะ ในวิทยาลัยเกษตรกรรมจะเรียกว่า โรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ

3.2 ร้านขนมปัง ขนมอบ โคนัท ในวิทยาลัยเกษตรกรรมจะเรียกว่า ร้านเบเกอรี่ (Bakery)

3.3 อื่น ๆ ได้แก่

- พวกทำ ปาท่องโก๋ หั้่งประเภททั้งร้านขายและเป็นรถเข็น
- พวกทำ โรตีสี่ หั้่งประเภททั้งร้านขายและเป็นรถเข็น
- พวกทำ ซาลาเปา หั้่งประเภทภัตตาคาร ทั้งร้านขายและเป็นรถเข็น

4. ขนาดของผู้บริโภค แบ่งผู้บริโภคแป้งสาลีประเภทต่าง ๆ ออกเป็นขนาดเล็กและขนาดใหญ่ โดยถือเอาปริมาณการบริโภคแป้งสาลีใน 1 เดือนเป็นหลักดังนี้

ประเภทผู้บริโภค	ขนาดเล็ก (กิโลกรัม/เดือน)	ขนาดใหญ่ (กิโลกรัม/เดือน)
1. โรงงานอุตสาหกรรม		
1.1 ขนมปังสำเร็จรูป	< 5,000	≥ 5,000
1.2 ขนมปังสด	< 300	≥ 300
1.3 บิสกิต ฯลฯ	< 450	≥ 450
2. ร้านเบเกอรี่	< 60	≥ 60

ประเภทผู้บริโภคร	ขนาดเล็ก (ถุง/เคียน)	ขนาดใหญ่ (ถุง/เคียน)
3. อื่น ๆ		
3.1 ปาท่องโก๋	< 20	≥ 20
3.2 โรตีส	< 6	≥ 6
3.3 ซาลาเปา	< 12	≥ 12

หมายเหตุ น้ำหนักบรรจุ 1 ถุงหนัก 22.5 กิโลกรัม

วิธีการศึกษาค้นคว้า

แหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษานี้ผู้เขียนแบ่งออกเป็น

(ก) ข้อมูลทุติยภูมิ การศึกษาค้นคว้าวิธีนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งผู้เขียนได้ค้นคว้าจาก หนังสือ ตำรา และเอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แป้งสาลี

(ข) ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้เขียนได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ทำการสัมภาษณ์ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ส่วนงานที่ II ฝ่ายอุตสาหกรรมอาหาร บริษัท ศรีกรุงพัฒนา จำกัด และสัมภาษณ์กรรมการผู้จัดการบริษัทแป้งแหลมทองจำกัด ในเรื่องเกี่ยวกับระบบตลาดโดยทั่วไปของแป้งสาลี ในแง่ที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรม

- ทำการสัมภาษณ์หัวหน้าฝ่ายควบคุมคุณภาพ บริษัทสยามฟลาวาค้าแป้งจำกัด ในเรื่องเกี่ยวกับขบวนการผลิตแป้งสาลี

- ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคแป้งสาลี โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) โดยการสัมภาษณ์โดยมีแบบสอบถามประกอบ ซึ่งมีลำดับการรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การกำหนดจำนวนตัวอย่าง

การรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคแป้งสาลีในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ผู้เขียนได้กำหนดจำนวนตัวอย่างไว้ทั้งหมด 320 ตัวอย่าง

2. แผนการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเรื่อง "ระบบตลาดอุตสาหกรรมของแป้งสาลีในเขตกรุงเทพมหานคร" ข้อมูลที่ทำการเก็บจากผู้บริโภคแป้งสาลีนี้ผู้เขียนได้ทำการเก็บรวบรวมโดยได้แยกประเภทของผู้บริโภคแป้งสาลีออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

2.1 ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า จำนวนตัวอย่างกำหนดไว้ 50 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากรายชื่อโรงงานอุตสาหกรรมที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรมก่อนวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2525 ผลการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคแป้งสาลีประเภทโรงงานอุตสาหกรรมมา มีดังนี้

- โรงงานอุตสาหกรรมขนมปังสำเร็จรูป จำนวนตัวอย่าง 3 ตัวอย่าง
 - โรงงานอุตสาหกรรมขนม จำนวนตัวอย่าง 17 ตัวอย่าง
 - โรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ จำนวนตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง
- รวมจำนวนตัวอย่าง 50 ตัวอย่าง

2.2 ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ จำนวนตัวอย่างกำหนดไว้ 110 ตัวอย่าง ผู้เขียนทำการสุ่มตัวอย่างโดยกรุงเทพมหานครแบ่งพื้นที่ออกเป็น 24 เขตคือ

- | | | |
|------------------|-------------------|------------------------|
| - เขตคลองสาน | - เขตคูสิต | - เขตคลองชั้น |
| - เขตธนบุรี | - เขตบางรัก | - เขตบางเขน |
| - เขตบางกะปิ | - เขตบางกอกน้อย | - เขตบางกอกใหญ่ |
| - เขตยานนาวา | - เขตราชบุรีบูรณะ | - เขตลาดกระบัง |
| - เขตสัมพันธวงศ์ | - เขตห้วยขวาง | - เขตหนองจอก |
| - เขตหนองแขม | - เขตบางขุนเทียน | - เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย |
| - เขตปทุมวัน | - เขตพระนคร | - เขตพญาไท |
| - เขตพระโขนง | - เขตภาษีเจริญ | - เขตมีนบุรี |

ผู้เขียนทำการสุ่มตัวอย่างพื้นที่ในกรุงเทพฯ ออกมา 5 เขต โดยวิธีการสุ่ม
ได้ดังนี้

- เขตบางรัก
- เขตบางกอกน้อย
- เขตปทุมวัน
- เขตพระนคร
- เขตพระโขนง

หลังจากนั้นผู้เขียนทำการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนั่งสาธิตประเภทร้านเบเกอรี่
จากเขตต่าง ๆ 5 เขต เขตละ 22 ตัวอย่าง ดังนี้

ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ ในเขตบางรัก	จำนวนตัวอย่าง	22	ตัวอย่าง
ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ ในเขตบางกอกน้อย	จำนวนตัวอย่าง	22	ตัวอย่าง
ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ ในเขตปทุมวัน	จำนวนตัวอย่าง	22	ตัวอย่าง
ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ ในเขตพระนคร	จำนวนตัวอย่าง	22	ตัวอย่าง
ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ ในเขตพระโขนง	จำนวนตัวอย่าง	22	ตัวอย่าง
รวมจำนวนตัวอย่าง		110	ตัวอย่าง

2.3 ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ จำนวนตัวอย่างกำหนดไว้ 160 ตัวอย่าง
วิธีการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนั่งสาธิตประเภทอื่น ๆ นี้เหมือนกับวิธีการสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค
ประเภทร้านเบเกอรี่ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากเขตต่าง ๆ 5 เขต เขตละ
32 ตัวอย่าง ดังนี้

- ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ในเขตบางรัก จำนวนตัวอย่าง 32
ตัวอย่าง โดยแยกออกได้เป็นผู้ผลิตปาทังโก๋ 19 ตัวอย่าง ผู้ผลิตโรตี่ 9 ตัวอย่าง
และผู้ผลิตชาลาเปา 4 ตัวอย่าง

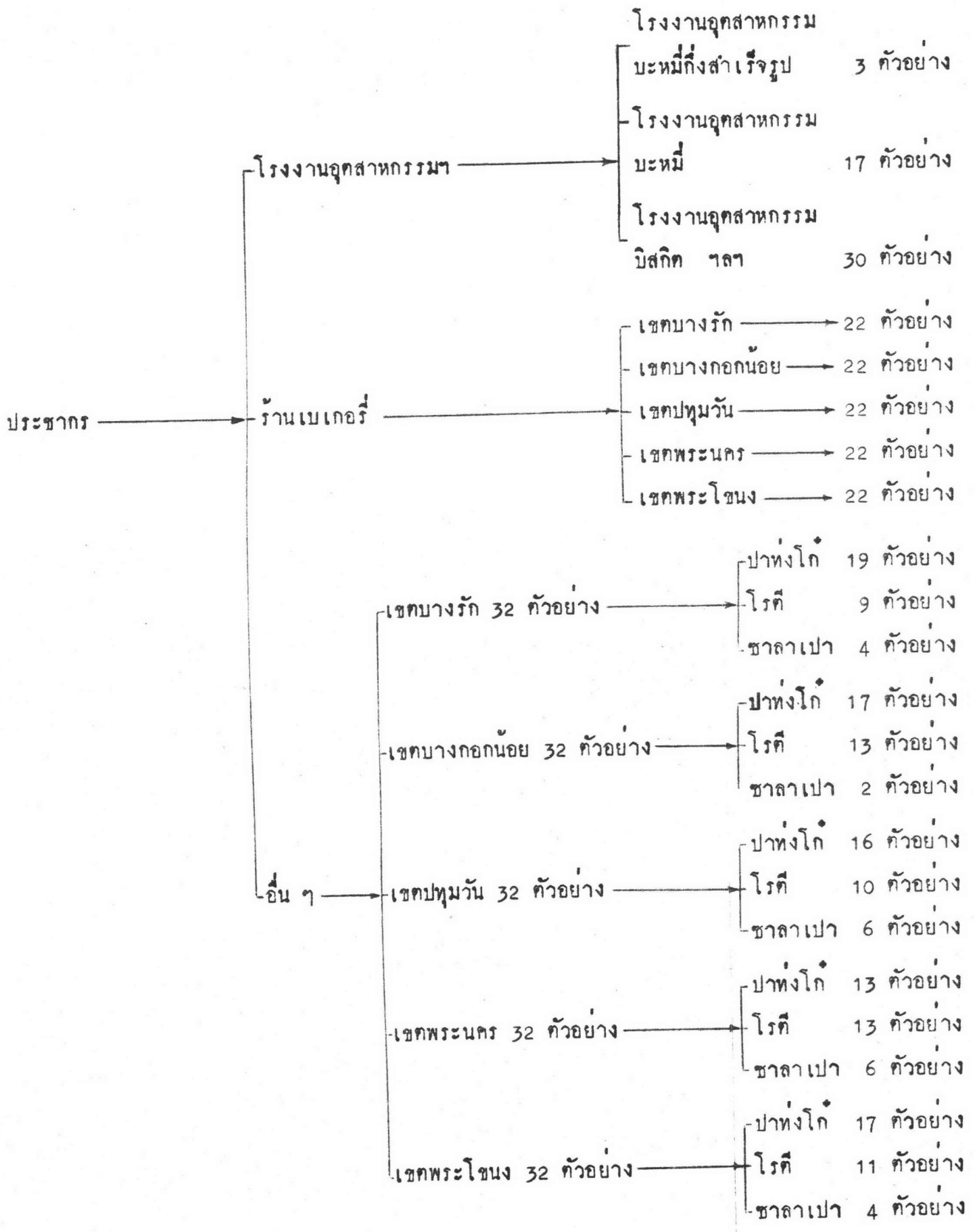
- ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ในเขตบางกอกน้อย จำนวนตัวอย่าง
32 ตัวอย่าง โดยแยกออกได้เป็นผู้ผลิตปาทังโก๋ 17 ตัวอย่าง ผู้ผลิตโรตี่ 13 ตัวอย่าง
และผู้ผลิตชาลาเปา 2 ตัวอย่าง

- ผู้บริโภครประเภทอื่น ๆ ในเขตปทุมวัน จำนวนตัวอย่าง
32 ตัวอย่าง โดยแยกออกได้เป็น ผู้ผลิตป่าท่งโก 16 ตัวอย่าง ผู้ผลิตโรตี่ 10 ตัวอย่าง
และผู้ผลิตชาลาเปา 6 ตัวอย่าง

- ผู้บริโภครประเภทอื่น ๆ ในเขตพระนคร จำนวนตัวอย่าง
32 ตัวอย่าง โดยแยกออกได้เป็น ผู้ผลิตป่าท่งโก 13 ตัวอย่าง ผู้ผลิตโรตี่ 13 ตัวอย่าง
และผู้ผลิตชาลาเปา 6 ตัวอย่าง

- ผู้บริโภครประเภทอื่น ๆ ในเขตพระโขนง จำนวนตัวอย่าง
32 ตัวอย่าง โดยแยกออกได้เป็น ผู้ผลิตป่าท่งโก 17 ตัวอย่าง ผู้ผลิตโรตี่ 11 ตัวอย่าง
และผู้ผลิตชาลาเปา 4 ตัวอย่าง

รวมจำนวนตัวอย่าง 160 ตัวอย่าง



3. การสร้างแบบสอบถามและการทดสอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคแบ่งสาส์ ผู้เขียนได้ร่างแบบสอบถามครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยอาศัยจากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งข้อคิดเห็นของผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบ่งสาส์มาประกอบกันเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่รัดกุม สมบูรณ์และไม่ยาวเกินไปซึ่งสะดวกต่อการตอบ ต่อจากนั้นได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) กับผู้บริโภค โดยใช้จำนวน ตัวอย่างในการทดสอบแบบสอบถาม 35 ตัวอย่างดังต่อไปนี้

- ทดสอบแบบสอบถามกับผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรม โดยใช้จำนวนตัวอย่างในการทดสอบ 5 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 23 - 29 ตุลาคม 2525
- ทดสอบแบบสอบถามกับผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ โดยใช้จำนวนตัวอย่างในการทดสอบ 15 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 20 - 29 ตุลาคม 2525
- ทดสอบแบบสอบถามกับผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ โดยใช้จำนวนตัวอย่างในการทดสอบ 15 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 21 - 31 ตุลาคม 2525

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาในครั้งนี้แยกออกเป็น 2 ส่วน คือ แบบสอบถามทางค่านทัศนคติและข้อคิดเห็นของผู้บริโภค กับข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้บริโภค โดยผู้เขียนได้จัดกลุ่มคำถามที่ใช้ในการศึกษาในรูปต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 3.1 คำถามที่ตอบได้ 2 อย่าง (Dichotomous Questions) เช่น ให้ตอบว่า "มี" หรือ "ไม่มี" เช่น แบบสอบถามข้อ 8
- 3.2 คำถามที่มีคำตอบให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบ (Multiple Choices) ผู้เขียนจะให้คำตอบหลาย ๆ คำตอบ โดยที่ผู้ตอบมีโอกาสเลือกคำตอบให้ตรงกับข้อคิดเห็นของคนมากที่สุด เช่น แบบสอบถามข้อ 1
- 3.3 คำถามที่ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ผู้เขียนจะให้คำตอบหลาย ๆ คำตอบ โดยที่ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ เช่น แบบสอบถามข้อ 6
- 3.4 คำถามที่ให้ตอบโดยอิสระ หรือเรียกว่าแบบเปิด เช่น แบบสอบถามข้อ 4

3.5 คำถามแบบให้เรียงลำดับความสำคัญ (Ranking Questions)
เป็นการถามความคิดเห็น โดยให้ผู้ตอบเรียงลำดับความสำคัญของคำตอบซึ่งให้มาพร้อม
คำถาม เช่น แบบสอบถามข้อ 9

4. การออกงานสนาม

การศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากผู้บริโภคนับล้านในเขต
กรุงเทพมหานครนี้ ผู้เขียนได้ทำการสุ่มเลือกตัวอย่างขึ้นมา โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตาม
ที่ได้กล่าวไว้แล้ว ในแผนการสุ่มตัวอย่าง ระยะเวลาที่ทำการสำรวจอยู่
ระหว่าง วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2525 ถึงวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2526 โดยให้
ได้ตัวอย่างทั้งหมด 320 ตัวอย่าง ซึ่งในการสำรวจนี้ได้ใช้เจ้าหน้าที่ในการสัมภาษณ์
จำนวน 3 คน ในการนี้ผู้เขียนได้จัดอบรมเจ้าหน้าที่สัมภาษณ์ โดยได้ชี้แจงให้ทราบถึง
หน้าที่ต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติในสนามโดยละเอียดตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ และมารยาทที่ใช้
ในการสัมภาษณ์ก่อนที่จะให้พนักงานสัมภาษณ์ออกงานสนาม

5. กรรมวิธีที่ใช้ในการแก้ปัญหาในระหว่างออกงานสนาม

เนื่องจากผู้บริโภคนับล้านที่ผู้เขียนจะทำการสำรวจประกอบไปด้วย

- โรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า
- ร้านเบเกอรี่
- อื่น ๆ ได้แก่ ผู้ผลิตแป้งโกโก้ โรตีสี และซาลาเปา

ซึ่งผู้เขียนพบปัญหาในระหว่างออกงานสนามว่า บางโรงงานอุตสาหกรรมมา
และบางร้านเบเกอรี่ไม่ยอมให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากกลัวว่า
เมื่อตอบแบบสอบถามแล้วผู้เขียนอาจจะไม่นำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา
อาจจะนำข้อมูลนี้ไปใช้อย่างอื่นซึ่งอาจมีผลเสียย้อนกลับมาสู่ผู้ที่ตอบแบบสอบถามก็ได้
ดังนั้น ผู้เขียนจึงแก้ปัญหานี้โดยขอให้ทางบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ฯ ทำหนังสือขอความ
ร่วมมือในการวิจัยไปยังผู้บริโภคนับล้านประเภทโรงงานอุตสาหกรรมมา ตามหนังสือที่ ทม.0309/11881
และไปยังผู้บริโภคนับล้านประเภทร้านเบเกอรี่ตามหนังสือ ที่ ทม.0309/11800 เพื่อให้ผู้บริโภคนับ
ล้านที่เป็นตัวอย่างในการสำรวจทั้ง 2 ประเภทนี้ร่วมมือในการตอบแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้
และเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมั่นใจว่าข้อมูลที่ตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ในการวิจัย

เพื่อการศึกษาเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้เขียนได้รวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จแล้ว จัดเตรียมกระดาษ และตีตาราง เพื่อแจกแจงข้อมูลจากการตอบของผู้ให้สอบถาม ในคำตอบของแต่ละข้อผู้เขียน จะแยกตารางออกตามประเภทของผู้บริโภค คือ โรงงานอุตสาหกรรมมา ร้านเบเกอรี่ และอื่น ๆ เพื่อให้สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการศึกษาเรื่องนี้ และทำการเสนอข้อมูล เป็นตารางเปรียบเทียบร้อยละ

ข้อสมมุติฐาน

ในการศึกษาเรื่อง "ระบบตลาดอุตสาหกรรมของแป้งสาลีในเขตกรุงเทพมหานคร" นี้ ได้ตั้งข้อสมมุติฐานไว้ดังต่อไปนี้

1. ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศ มีมากกว่าแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ
2. ช่องทางการจำหน่ายแป้งสาลีที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรม คือ บริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลี แต่สำหรับผู้บริโภคที่เป็นร้านขนมปัง ขนมอบ โคนัท (ร้านเบเกอรี่) และอื่น ๆ คือ พ่อค้าส่งแป้งสาลี
3. การตัดสินใจซื้อแป้งสาลีของผู้บริโภค
 - สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า จะคำนึงถึงราคาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การให้สินเชื่อ
 - สำหรับร้านขนมปัง ขนมอบ โคนัท (ร้านเบเกอรี่) และอื่น ๆ จะคำนึงถึงคุณภาพของแป้งสาลีเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การให้บริการทางด้านเทคนิค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงระบบการตลาดของแป้งสาลี ในแง่ที่ใช้เป็นสินค้าอุตสาหกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร อันจะเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมของแป้งสาลี ในอนาคตต่อไป

2. ทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคแบ่งสาขา อันจะเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายแบ่งสาขาได้ใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคแบ่งสาขาเป็นส่วนใหญ่