

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

นมเป็นอาหารที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อสุขภาพ โดยเฉพาะสำหรับเด็กในวัยเจริญเติบโต เพราะนมประกอบด้วยแร่ธาตุและสารอาหารที่ร่างกายต้องการ ปัจจุบันผู้บริโภคมีความรู้และดูแลเอาใจใส่เรื่องสุขภาพอนามัยมากขึ้น ประกอบกับรัฐบาลได้มีโครงการรณรงค์ให้ประชาชนบริโภคนม เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม และเป็นการแก้ปัญหา นำนมดิบล้นตลาด ทำให้สถิติการบริโภคนมของคนไทยได้เพิ่มขึ้นจาก 2 ลิตร/คน/ปี ในปี 2527 มาเป็น 18 ลิตร/คน/ปี ในปี 2540 โดยมีเป้าหมายที่รัฐกำหนดไว้ คือ 25 ลิตร/คน/ปี ในปี 2544 ตลาดนมพร้อมดื่มมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 25,000 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นตลาดนมยูเอชที ร้อยละ 77 นมพาสเจอร์ไรซ์ ร้อยละ 18 และนมสเตอริไลซ์ ร้อยละ 5 (ประไพศรี ศิริจักรวาล, 2543: ออนไลน์)

ตลาดนมพาสเจอร์ไรซ์ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ นมพาสเจอร์ไรซ์แบบบรรจุขวด และแบบบรรจุถุง ซึ่งมีหลายรสชาติ รสจืด รสหวาน รสช็อคโกแลต รสสตอเบอร์รี่ รสมะนาว รสส้ม รสสับปะรด ส่วนขนาดบรรจุประกอบด้วยหลายขนาด แบบบรรจุถุงประกอบด้วยขนาด 150 ซีซี. และ 200 ซีซี. แบบบรรจุขวดประกอบด้วยขนาด 120 ซีซี. 200 ซีซี. 450 ซีซี. 830 ซีซี. 1000 ซีซี. 1500 ซีซี. และ 2000 ซีซี. คราสินค้าที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมีจำนวน 8 ยี่ห้อ คือ โฟ โนมอสต์ ซีพี-เมจิ ดัชมิลค์ เนสท์เล่ หนองโพ บีทาเก้น เชียงใหม่เฟรชมิลค์ และไทย-เดนมาร์ก (สามารถ วัฒนเขตร์, 2546: สัมภาษณ์) จากความต้องการบริโภคนมที่เพิ่มขึ้นนี้เอง บริษัทผู้ผลิตก็พยายามตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในหลายรูปแบบมากขึ้น โดยการเพิ่มแร่ธาตุสำคัญที่ร่างกายต้องการให้มากขึ้น เช่น ธาตุเหล็ก โฟเลต ซึ่งเป็นแร่ธาตุที่สำคัญต่อการสร้างพัฒนาการทางสมองของทารกในครรภ์ และแคลเซียม เป็นต้น เพื่อหวังผลในการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ที่ต้องการดูแลรักษาสุขภาพของตนเองเป็นพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคทั่วไป หญิงมีครรภ์ หรือผู้สูงอายุที่เกรงว่าจะมีปัญหาเรื่องโรคกระดูกพรุน และไม่สามารถเสริมสร้างแคลเซียมโดยการดื่มนมธรรมดาได้ในปริมาณมาก โดยเฉพาะหญิงมีครรภ์นั้นมีความต้องการธาตุเหล็กสูงกว่าคนทั่วไปถึง 3 เท่า คือ ประมาณวันละ 45 มิลลิกรัม ปริมาณความต้องการสารอาหารของผู้หญิงในแต่ละวัยแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าร่างกายจำเป็นต้องได้รับแร่ธาตุชนิดใดเพิ่มเติม เพื่อนำมาเสริมสร้างความต้องการของร่างกายให้เกิดประโยชน์สูงสุด นมพาสเจอร์ไรซ์เป็นนมพร้อมดื่มซึ่งให้คุณค่าทางโภชนาการสูงและเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ใส่ใจในสุขภาพ เนื่องจากมีความสดและรสชาติอร่อยกว่านมพร้อมดื่มชนิดอื่น อีกทั้งราคาจำหน่ายถูกกว่า จึงยังคงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค (ประไพศรี ศิริจักรวาล, 2543: ออนไลน์)

การซื้อข้าวของเครื่องใช้เข้าบ้านนั้นส่วนใหญ่เป็นหน้าที่ของแม่บ้าน (Local man, นามแฝง, 2546) ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จึงเป็นการทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นผู้หญิงในการพิจารณาเลือกซื้อ นมพาสเจอร์ไรซ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงแก้ไข กำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มประสิทธิภาพการ จำหน่ายนมพาสเจอร์ไรซ์

#### ๔. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานกำหนดแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มประสิทธิภาพ การจำหน่ายนมพาสเจอร์ไรซ์

#### นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

พฤติกรรมการซื้อ หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการกระทำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นก่อน และเป็นตัวกำหนดให้ เกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้น ในที่นี้กล่าวถึงการศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคว่าซื้ออะไร ทำไมถึงซื้อ ผู้มีส่วน ร่วมในการตัดสินใจซื้อ โอกาสในการซื้อ ช่องทางที่ซื้อและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

นมพาสเจอร์ไรซ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์นม โคลดที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงซึ่งเหมาะ สำหรับเป็นอาหารเสริม เป็นนมที่ผ่านกรรมวิธีฆ่าเชื้อด้วยความร้อนด้วยอุณหภูมิ 72 องศาเซลเซียส ใช้เวลา 15 วินาที และสามารถเก็บไว้ได้นานไม่เกิน 10 วันนับจากวันที่บรรจุในภาชนะพร้อม จำหน่าย โดยเก็บรักษาไว้ที่อุณหภูมิไม่เกิน 8 องศาเซลเซียส

สตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง ประชากรที่เป็นผู้หญิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่