



บทที่ 1

บทนำ

นมเป็นอาหารที่คุณค่าทางโภชนาการสูง ประกอบด้วยโปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน เกลือแร่ และวิตามินหลายชนิดซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกายผู้บริโภค รัฐบาลจึงได้มีการรณรงค์ให้ประชาชนดื่มนม จะเห็นได้จากในช่วงเวลาไม่กี่ปีมานี้ รัฐบาลได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเผยแพร่ความรู้เรื่องอาหารนมอย่างมาก นอกจากนี้ยังได้ส่งเสริมการผลิตนมและผลิตภัณฑ์นมให้มากขึ้น จากประกาศของกระทรวงอุตสาหกรรมเรื่องนโยบายอุตสาหกรรม เพื่อให้ทางโรงงานผลิตภัณฑ์นมรับมลต์ไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นมและผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่ นมพาสเจอร์ไรซ์ นมสเตอริไลซ์ นมยูเอชที และนมเปรี้ยว

นมเปรี้ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการหมักนมด้วยจุลินทรีย์ที่ไม่ทำให้เกิดโรคหรือเกิดพิษต่อผู้บริโภค และจุลินทรีย์นี้ยังมีประโยชน์ต่อร่างกายด้วย ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 46 (พ.ศ. 2523) เรื่องนมเปรี้ยว อาศัยความในมาตรา 5 และ 5(1) (2) และ (7) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขประกาศให้นมเปรี้ยวเป็นอาหารควบคุมเฉพาะและได้ให้ความหมายของนมเปรี้ยว ไว้ดังนี้ "นมเปรี้ยว (Cultured milk) หมายความว่า นมหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนมที่หมักด้วยจุลินทรีย์ที่ไม่ทำให้เกิดโรคหรือไม่ทำให้เกิดพิษและมีจุลินทรีย์ดังกล่าวที่มีชีวิตคงเหลืออยู่จากกรรมวิธีการหมักนั้น หรืออาจเติมวัตถุดิบที่จำเป็นต่อกรรมวิธีการผลิต หรืออาจปรุงแต่งสี กลิ่น รส ด้วยก็ได้"

นมเปรี้ยวที่นิยมบริโภคกันมากในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก และเริ่มเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในประเทศไทยขณะนี้ ได้แก่ โยเกิร์ต (Yoghurt) สาเหตุที่ผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ นิยมรับประทานโยเกิร์ตกันมาก คือ นอกจากโยเกิร์ตจะมีคุณค่าทางอาหารไม่ด้อยไปกว่านมแล้ว โยเกิร์ตยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ย่อยได้ง่ายกว่านมธรรมดา ซึ่งไม่ทำให้เกิดอาการท้องเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้บริโภคที่ไม่มีน้ำย่อยน้ำนมที่มีชื่อเรียกว่า แลคเตส (Lactase) เมื่อรับประทานนมมักเกิดอาการท้องเสีย เนื่องจากน้ำตาลแลคโตส (Lactose) ที่มีอยู่ในนมไม่ได้ถูกย่อยแต่ในโยเกิร์ต น้ำตาลแลคโตสจะถูกย่อยหรือเปลี่ยนไปเป็นกรดแลคติก (Lactic acid) โดยจุลินทรีย์ที่มีอยู่ในโยเกิร์ต ดังนั้นผู้บริโภคที่ไม่มีน้ำย่อยแลคเตส จึงสามารถบริโภคโยเกิร์ตได้โดยไม่มีอาการท้องเสียเหมือนเมื่อรับประทานนมหรือผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ

ในประเทศไทยมีการผลิตและจำหน่ายโยเกิร์ตมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2506 โดยบริษัท โพรโมสต์อาหารนม จำกัด ในสมัยนั้นคนไทยโดยส่วนใหญ่ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ผู้ที่รู้จักและบริโภคโยเกิร์ตคือผู้ที่มีการศึกษาสูงหรือเคยไปพำนักต่างประเทศเท่านั้น ซึ่งมีความวุ่นวายมาก แต่ภายหลังที่รัฐบาลได้ตรึงราคาให้คนไทยตีมนมมากขึ้น ประกอบกับผู้ผลิตอาหารนมได้สนองต่อนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวโดยการผลิตนมและผลิตภัณฑ์นมประเภทต่าง ๆ รวมทั้งโยเกิร์ตออกสู่ท้องตลาดมากขึ้น ทำให้คนไทยเริ่มตื่นตัว และหันมาบริโภคอาหารนมกันอย่างแพร่หลาย โยเกิร์ตจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้รู้จักกันมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้มีการศึกษาสูง ตลาดของโยเกิร์ตจึงเริ่มกว้างขวางขึ้น และเริ่มมีการแข่งขันทางการตลาดระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน ผู้ผลิตและนักการตลาดต่างก็พยายามที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ทั้งทางด้านตัวผลิตภัณฑ์ ราคาสถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่ายรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลดราคา แจกแถมสินค้า โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจและกลายเป็นลูกค้าต่อไป

จากความพยายามต่าง ๆ ของนักการตลาดดังกล่าว ทำให้ผู้เขียนเกิดความสนใจใคร่รู้ว่าความพยายามเหล่านั้นได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคอย่างไร ในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่ศึกษาถึงทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต เนื่องจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเป็นกลุ่มคนที่มีการศึกษาสูงและเป็นผู้บริโภคกลุ่มสำคัญของผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต โดยที่ผู้วิจัยจะศึกษาถึงส่วนผลสัมฤทธิ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต อันได้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ ระดับราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย รวมทั้งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้บริโภคกลุ่มนี้ด้วย ผลการศึกษานี้จะเป็นข้อมูล ซึ่งผู้ผลิตสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงส่วนผลสัมฤทธิ์ทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงส่วนผลสัมฤทธิ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ลุ่มมติฐานในการวิจัย

1. นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความชอบและไม่ชอบรับประธานโยเกิดไม่แตกต่างกัน
2. โยเกิดที่ปรุงแต่งด้วยผลไม้มิได้รับความนิยมจากนักศึกษามากกว่าโยเกิดแบบธรรมดาที่ไม่ได้ปรุงแต่ง
3. โยเกิดแบบคนสำเร็จรูปได้รับความนิยมจากนักศึกษามากกว่าโยเกิดแบบที่มีผลไม้อยู่กันถ้วย
4. ความถี่ในการรับประธานโยเกิดมีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของนักศึกษา
5. รสชาติ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อโยเกิดของนักศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผลิตภัณฑ์โยเกิด
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิดของผู้บริโภคกลุ่มนี้
3. ได้แนวทางสำหรับพิจารณาปรับปรุงส่วนผลผ่านทาง การตลาดของ ผลิตภัณฑ์โยเกิดให้สอดคล้อง กับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหาที่ทำการศึกษา

คำว่า "ทัศนคติ" หมายถึง ระเบียบของความคิด ความเชื่อ อุดมคติ และสิ่งจูงใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีต่อส่วนผลผ่านทาง การตลาด อันได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์โยเกิด ระดับราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย

คำว่า "ผลิตภัณฑ์โยเกิด" ในการศึกษา นี้ จะหมายถึง นมเปรี้ยวชนิดที่มีลักษณะเหลวข้นเป็นลิ่ม คล้ายสังขยา มีรสเปรี้ยวและมีกลิ่นเฉพาะตัว

2. ขอบเขตของพื้นที่ทำการสำรวจ การศึกษา นี้ จะทำการสำรวจเฉพาะนิสิตนักศึกษาในสถาบันการศึกษาที่มีฐานะเป็นมหาวิทยาลัย และตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ระยะเวลาในการสำรวจคือ 8 มกราคม ถึง 5 กุมภาพันธ์ 2531

วิธีการศึกษา

การรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ มีแหล่งที่มาของข้อมูลสองแห่งคือ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการค้นคว้าจากหนังสือ ตำราเรียน นิตยสาร วารสารและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลทางด้าน ประวัติความเป็นมา คุณประโยชน์หรือคุณค่าทางอาหาร กระบวนการผลิต ตลอดจนสภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในปัจจุบัน

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจ (Survey) โดยมีลำดับการรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. วิธีการสำรวจ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นมาเพื่อใช้ในการสำรวจและได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับนักศึกษามหาวิทยาลัยต่าง ๆ แล้วนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อใช้ในการสำรวจต่อไป สำหรับประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยทุกแห่งในเขตกรุงเทพมหานคร อันได้แก่

- 1.1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 1.2 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 1.3 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 1.4 มหาวิทยาลัยมหิดล
- 1.5 มหาวิทยาลัยศิลปากร
- 1.6 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- 1.7 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- 1.8 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
- 1.9 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 1.10 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- 1.11 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- 1.12 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

2. ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มจากประชากรนักศึกษา ระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยทั้ง 12 แห่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดจำนวนตัวอย่าง 480 ตัวอย่าง แบ่งเป็นมหาวิทยาลัยละ 40 ตัวอย่างเท่ากัน

3. วิธีการเลือกตัวอย่าง ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างตามความเหมาะสมของสถานที่และเวลา โดยไปทำการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถาม จำนวน 600 ชุด ในมหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง แห่งละ 50 ชุด ในจุดที่มีนักศึกษาผ่านไปมา หรืออยู่บริเวณนั้นเป็นจำนวนมาก เช่น ห้องสมุด โรงอาหาร ประตูทางเข้าออกของมหาวิทยาลัย และตามอาคารเรียน เพื่อให้ตัวอย่างที่ได้มีการกระจายมากที่สุด ต่อจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ที่สุด มหาวิทยาลัยละ 40 ชุด รวมจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 480 ตัวอย่าง

4. การสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ โดยแบบสอบถามชุดแรกเป็นการทดสอบเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อใช้ในการออกสนามจริงต่อไป

การออกงานสนาม

การออกงานสนามสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถามด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ และมีบางส่วนอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัย ได้ช่วยกรุณาแจกแบบสอบถามให้นักศึกษาตอบและส่งกลับคืนมา นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาของมหาวิทยาลัยบางแห่งเป็นผู้ช่วยในการแจกแบบสอบถามอีกด้วย การออกงานสนามครั้งนี้ ได้กระทำระหว่างวันที่ 8 มกราคมถึง 5 กุมภาพันธ์ 2531 ซึ่งได้รับแบบสอบถามที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ 480 ชุด

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการประมวลผลข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลขั้นแรกหลังจากนั้นจึงลงรหัสและป้อนข้อมูลเข้าเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่เรียกว่า Statistical Package For The Social Science หรือ SPSS ผลลัพธ์ที่ได้จะแสดงออกมาในรูปตารางแสดงจำนวนและร้อยละของตัวแปรต่าง ๆ เป็นแบบตาราง 2 ทาง รวมทั้งแสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบว่าตัวแปร มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้การทดสอบแบบ Chi-Square เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สนใจ

หอสมุดกลาง สถาบันวิจัยบริการ
บุคลากรมหาวิทยาลัย

ล่องตัว

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดสรุปได้ดังนี้

1. เป็นการสำรวจทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
เท่านั้น

2. การรวบรวมข้อมูลได้กระทำระหว่างวันที่ 8 มกราคม ถึง 5 กุมภาพันธ์
พ.ศ. 2531 ดังนั้นข้อมูลบางอย่างอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างในภายหลัง โดยเฉพาะทัศนคติ
ของผู้ตอบ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาได้