

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันเครื่องดื่มนมเพื่อสุขภาพได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก อาจเนื่องมาจากการให้ความสำคัญและสนใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น รวมถึงกระแสการตอบสนองความต้องการของตนเองในส่วนบุคคล โดยเฉพาะในเรื่องของอาหารเพื่อสุขภาพเพราะในปัจจุบันเป็นยุคของการแข่งขัน ชีวิตมีความรีบเร่งมากขึ้นจนผู้คนในยุคปัจจุบันไม่ค่อยมีเวลาที่จะให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลของอาหารที่รับประทาน นมจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการเลือกเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการในยุคที่รีบเร่งเช่นปัจจุบัน “นม” เป็นอาหารธรรมชาติที่มีความสมบูรณ์และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง อุดมไปด้วยธาตุอาหารครบทุกหมู่ คือ โปรตีน วิตามิน แคลเซียม คาร์โบไฮเดรต และไขมัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง น้ำตาลในนมหรือ แล็กโทส (Lactose) และ โปรตีนเคซีน (Casein) ซึ่งจะพบในนมหรือน้ำนมเท่านั้น นมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้าง และพัฒนาร่างกายและสมองของมนุษย์

นมเปรี้ยวหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “โยเกิร์ต” นั้น เป็นผลิตภัณฑ์นมชนิดหนึ่งซึ่งทำโดยการเติมเชื้อจุลินทรีย์ลงไป ในนมสด โยเกิร์ตแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ โยเกิร์ตชนิดคงตัว (set type yogurt) และชนิดคน (stirred type yogurt) นอกจากนั้นยังมีผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียง ได้แก่ โยเกิร์ตชนิดพร้อมดื่ม (Drinking yogurt) ซึ่งเป็นของผสมประกอบด้วย โยเกิร์ต, น้ำเชื่อม, สี และกลิ่น

สภาพการตลาดของอุตสาหกรรมนมเปรี้ยวพร้อมดื่มนั้น ตลาดนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม จัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยในปี 2542 มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 8,000 ล้านบาท แบ่งเป็น นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์ ประมาณ 4,500 ล้านบาท และนมเปรี้ยว ยูเอชทีประมาณ 3,500 ล้านบาท โดยมีผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ ยาคุลท์ บีทาเก้น เมจิ โฟร์โมสต์ หนองโพ ตราหมี เฟรชแอนด์ฟรุตตี้ ดัชมิลล์ และไอวี และเนื่องจากนมจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากขึ้น ดังที่อ้างถึงในเบื้องต้นแล้ว ตลาดผลิตภัณฑ์นมโดยรวมจึงมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2549 ในตลาดผลิตภัณฑ์นมโดยรวมมีมูลค่าประมาณ 32,500 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8 โดยนมที่มีแคลเซียมสูง เช่น นมเปรี้ยวและนม ยูเอชทีประเภทนมพร่องไขมันเป็นนมที่ได้รับความนิยมในการบริโภคเพิ่มมากขึ้นเพราะเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค รวมทั้งยังการขยายฐานผู้บริโภคจากเดิมที่นมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์สำหรับ

ผู้ใหญ่ ก็หันไปเจาะกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยเพื่อขยายตลาดเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคเหนือมีพื้นที่ 20,107,057 ตารางกิโลเมตร มีประชากรทั้งสิ้น 1,655,474 คน (ที่ทำการปกครองจังหวัดเชียงใหม่, 2548) มีความเจริญเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในทางด้านเศรษฐกิจสังคมและการดำรงชีพ โดยเฉพาะเรื่องการดำรงชีวิตในยุคสมัยปัจจุบัน ด้วยจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีประชากรอาศัยอยู่มาก ส่วนใหญ่เป็นประชากรในกลุ่มคนทำงานและวัยรุ่น โดยเฉพาะในอำเภอเมือง ซึ่งเป็นเขตใหญ่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นและเป็นคนรุ่นใหม่ ดังนั้นผู้บริโภคยุคใหม่จึงให้ความสำคัญกับภาพพจน์ของตัวเองที่จะต้องดูดีอยู่เสมอ มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ มีดีไซน์ มีความโดดเด่น ช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคสนใจในสายตาของคนรอบข้าง ที่สำคัญผู้บริโภคสมัยนี้ยังให้ความสำคัญกับรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ด้วย เช่น บรรจุภัณฑ์และข้อมูลโภชนาการ ที่ติดไว้ข้างกล่องด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายนม ผลิตภัณฑ์นม ตลอดจนสินค้าต่าง ๆ ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและภาพพจน์เพื่อให้เข้ากันได้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายนมและผลิตภัณฑ์นมนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้สนใจในธุรกิจนี้

1.4 นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม

นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม หมายถึง นมโคสดที่ปรุงแต่งโดย น้ำเชื่อม น้ำผลไม้ และเติมเชื้อจุลินทรีย์โยเกิร์ตเข้าไป โดยบรรจุในภาชนะปิดสนิท สะดวกแก่การบริโภค

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคทั่วไปที่เคยซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม ที่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved