

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

กระแสความนิยมเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในประเทศไทยนับเป็นตัวสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้ผลิตต่างพากันแนะนำเครื่องดื่มยี่ห้อใหม่ๆ ในขณะที่เครื่องดื่มประเภทนม ซึ่งเป็นอาหารเสริมที่คนไทยเลือกบริโภคเป็นอันดับต้นๆรองมาจากการกินผักหรือผลไม้อย่างเพียงพอและการกินอาหารให้ครบห้าหมู่ ซึ่งคนไทยให้ความสำคัญและตื่นตัวในการรับประทานเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ที่มีรูปแบบต่างๆออกสู่ตลาดมากมาย อาทิเช่น เครื่องดื่มที่ผลิตจากธัญพืชชนิดต่างๆ เครื่องดื่มชาเขียว เครื่องดื่มจากน้ำผัก น้ำผลไม้ เครื่องดื่มจากนมวัว เครื่องดื่มจากนมถั่วเหลือง(กระแสธุรกิจเพื่อสุขภาพ, 2547: 47-89)

นมแพะ ถือว่าเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีโปรตีนใกล้เคียงกับน้ำนมคน จากผลการวิจัยของ Nestle ในปี 1987 มีเด็กจำนวนสูงถึง ร้อยละ 20 ที่ต้องพบกับปัญหาแพ้โปรตีนจากน้ำนมวัว (Cows Milk Allergy : CMA) และเด็กกลุ่มนี้มีก็แนวโน้ม ที่จะแพ้โปรตีนจากนมถั่วเหลืองด้วย แต่สามารถดื่มนมแพะได้โดยไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้แต่อย่างใด นอกจากนั้น นมแพะยังมีเม็ดไขมันขนาดเล็ก ทำให้อย่างง่าย ช่วยลดภาระการทำงานของกระเพาะและ ลำไส้ นมแพะใช้เวลาในการดูดซึมเข้าสู่ร่างกายเพียง 20 นาที ในขณะที่นมวัวใช้เวลาถึง 2 ชั่วโมง นมแพะ ง่ายกว่าถึง 6 เท่า ด้วยคุณสมบัตินี้ทำให้นมแพะเหมาะกับผู้ป่วย าระยะพักฟื้นและผู้ที่มิมีปัญหา ในการย่อยไขมัน ส่วนคนที่ดื่มนมวัวแล้วท้องเสียนั้นเกิดจากร่างกายไม่สามารถย่อยนมวัวได้ทัน นมที่ดื่มเข้าไปจึงผ่านออกจาก ร่างกายอย่างรวดเร็ว สามารถหันมาดื่มนมแพะแทนได้ นมแพะมีส่วนของแคลเซียมที่สูงกว่านมอื่น ๆ ทั่วไป จึงเหมาะกับเด็กในวัยเจริญเติบโตและ ช่วยป้องกัน โรคกระดูกพรุนในผู้สูงอายุ อีกทั้งนมแพะมีสรรพคุณทางยา เหมาะกับผู้ที่มิมีอาการภูมิแพ้ โรคทางเดินหายใจ ไช้นัส หอบหืด เพราะโปรตีนในนมแพะจะทำให้เม็ดเลือดขาว ทำงานมีประสิทธิภาพ ภูมิต้านทานในร่างกายนี้อาจดีขึ้น เคยมีผู้ที่ เป็น โรคภูมิแพ้ ได้ทดลองดื่มนมแพะทุกวัน เป็นเวลา 2 เดือนพบว่า มีอาการแข็งแรงขึ้นถึงขนาดมีคนกล่าวว่า “นมแพะไม่ใช่ยารักษาโรค แต่มีคนใช้นับพันรายที่รักษาด้วย วิธีอื่นไม่หาย สามารถพ้นจากอาการป่วยเมื่อใช้นมแพะ” (บุญเสริม ชีวะอิสระกุล, 2548: ออนไลน์)

ในอดีตคนไทยนั้นจะรู้จักดื่มนมแพะกันในกลุ่มชาวไทยที่มีเชื้อสายอินเดีย อีกประการหนึ่งที่ประชากรในหลายประเทศนิยมดื่มนมแพะเป็นหลักเพราะแพะเป็นสัตว์ที่ไม่ได้อยู่ใน ข้อห้ามของศาสนาใด และที่สำคัญนมแพะเป็นนมที่มีโอกาสก่อให้เกิดอาการแพ้น้อยมาก เพราะโปรตีน

ในนมแพะเป็น โปรตีนที่ใกล้เคียงกับน้ำนมคนและในยุคปัจจุบันนี้วิทยาศาสตร์มีความก้าวไกล จึงทำให้กลุ่มผู้บริโภคของคนที่รักสุขภาพรู้จักกว้างขวางมากขึ้น เล็งเห็นถึงคุณค่าทางอาหารของนมแพะ ดังนั้นในอนาคตเชื่อว่า นมแพะจะเข้ามา มีส่วนแบ่งในตลาดนมและอาหารเพื่อสุขภาพ (เทคโนโลยีการเกษตรยุคใหม่, 2547: ออนไลน์)

ตลาดธุรกิจนมแพะจึงเป็นตลาดใหม่ที่เพิ่งเข้ามาได้ไม่นาน ผู้บริโภคทั่วไปยังมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ คำและรับรู้เฉพาะกลุ่ม จึงมีคู่แข่งในตลาดเพียงไม่กี่ราย ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดรายใหญ่เพียงรายเดียว คือบริษัท มาบุญครอง แครี่ โกทส์ จำกัด นอกจากนั้นเป็นบริษัทรายเล็กที่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน จึงส่งผลให้การแข่งขันกับคู่แข่งระดับตรีที่ห้อยไม่รุนแรงนัก เนื่องจากผลิตภัณฑ์นมแพะเป็นทางเลือกใหม่และมีผู้ประกอบการน้อยราย ไม่มีผู้ผลิตรายใดเป็นเจ้าของตลาดที่แท้จริง เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละรายเป็นรายเล็กมีกำลังการผลิตไม่มาก การกระจายสินค้าเป็นการวางจำหน่ายเฉพาะพื้นที่ ซึ่งทำให้ตลาดยังมีช่องว่างอีกมาก การแข่งขันจึงไม่รุนแรงมากเหมือนเครื่องคั้นเพื่อสุขภาพประเภทอื่น(นิษา ราชวงศ์และคณะ, 2548: 10-11)

ดังนั้น เพื่อเป็นสร้างโอกาสทางธุรกิจนมแพะของผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้ จึงต้องใช้ช่องทางในการสร้างความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จากสินค้าที่ค่อนข้างใหม่ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการรายเดิมในธุรกิจนมแพะนี้ก็ต้องพยายามปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (สุภาภรณ์ ศรีเลขะรัตนและคณะ, 2544: ออนไลน์) รวมทั้งมาตรการต่างๆเกี่ยวกับคุณภาพและกรรมวิธีการผลิตซึ่งควรจะได้มาตรฐานและได้รับการควบคุมดูแลโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการคั้นนมแพะเพิ่มมากขึ้น (แผนงานสร้างเสริมสุขภาวะมุสลิมไทย, 2548: ออนไลน์)

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีการเติบโตทางธุรกิจใหญ่เป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร และเป็นศูนย์กลางทางการค้าของภาคเหนือมีศักยภาพทางเศรษฐกิจ ประชากรส่วนใหญ่มีการศึกษาและระดับรายได้ค่อนข้างสูง อีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ(เจ้าพ่อน้ำเมาทุ่มทุนกว่า200 ล้านซื้อตึกร้างเชียงใหม่เปิดพันธุ์ทิพย์ 2, 2546: ออนไลน์) นอกจากนั้นประชากรในจังหวัดเชียงใหม่มีความตื่นตัวในเรื่องของสุขภาพอนามัยไม่น้อยไปกว่าประชากรในจังหวัดอื่นๆ ตลาดธุรกิจนมแพะ ในจังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจต่อการศึกษา

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจและต้องการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมแพะ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ และปัญหาในการเลือก

ชื่อ นอกจากนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแก่ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจนมแพะในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดอื่นๆที่สนใจประกอบธุรกิจนมแพะนี้ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสูงสุดต่อไปในอนาคต

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมแพะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยและปัญหาของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมแพะ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจนมแพะ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด ตลอดจนเพื่อวางแผนขยายตลาดให้กว้างขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved