

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

ผลิตภัณฑ์จากข้าวโพดหวานเป็นสินค้าที่กำลังเติบโต เนื่องจากในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยที่มีราคาและคุณภาพ สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกส่งผลให้มีพื้นที่ปลูกข้าวโพดหวานในประเทศไทยในปัจจุบันเพิ่มขึ้นคือประมาณ 737,500 ไร่ได้ผลผลิตทั้งสิ้นประมาณ 1.48 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2545 ซึ่งมีพื้นที่ปลูกประมาณ 200,000 ไร่และผลผลิตประมาณ 400,000 ตัน ทั้งนี้เนื่องจากหลายปัจจัย กล่าวคือ การส่งออกที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจผักและผลไม้กระป๋องหันมาเพิ่มสายการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน และจำนวนผู้ประกอบการที่ผลิตข้าวโพดหวานสดแช่เย็นและแช่แข็งที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยผู้ประกอบการเหล่านี้หันไปลงทุนส่งเสริมเกษตรกรให้ปลูกข้าวโพดหวานในลักษณะตลาดข้อตกลงโดยเฉพาะในเขตภาคเหนือซึ่งในระยะ 4 ปีที่ผ่านมาผลผลิตข้าวโพดหวาน ในภาคเหนือเพิ่มขึ้นกว่าหนึ่งเท่าตัวทุกปี (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2548: ออนไลน์)

สินค้าใหม่ในกลุ่มน้ำนมข้าวโพดยังมีผู้แข่งขันไม่มาก ดังนั้นผลิตภัณฑ์จากข้าวโพดหวานที่น่าสนใจคือ น้ำนมข้าวโพดแบบพาสเจอร์ไรซ์และน้ำนมข้าวโพดแบบยูเอสบีทีซึ่งปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นในเมืองไทยหรือในระดับสากล กระแสการดูแลสุขภาพ (Health Conscious) ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภคที่ไม่สามารถดื่มนมวัวเนื่องจากเกิดอาการแพ้ แต่สามารถดื่มนมข้าวโพดได้ โดยไม่เกิดอาการแพ้ ทำให้ผู้บริโภคได้รับสารอาหารที่มีคุณค่าทั้งจากข้าวโพดหวาน และนมไปพร้อมกัน นมข้าวโพดให้คุณค่าสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายทั้งวิตามิน A B เบต้าแคโรทีน แคลเซียม แมกนีเซียม โพแทสเซียม เมไทโอนีน นอกจากนี้ผู้ที่ป่วยโรคไตยังสามารถรับประทานได้โดยไม่เป็นอันตราย เพราะในนมข้าวโพดนั้นมีไขมันและโซเดียมต่ำ ทำให้เหมาะกับผู้ที่ต้องการลดโคเลสเตอรอลอีกด้วย นอกจากนี้ประโยชน์ที่ได้รับแล้วนมข้าวโพดจะประกอบด้วย คาร์โบไฮเดรต โปรตีน มีสารอาหารอื่นอย่างเล็กน้อย จึงเป็นทางเลือกใหม่สำหรับคนรักสุขภาพ เพราะให้ประโยชน์แก่ร่างกายเหมือนกับนมอื่น ๆ (จรรยาพรหม ชัยเดช, 2550: ออนไลน์) ซึ่งนมเป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่ได้รับคามนิยมอย่างแพร่หลายทำให้ตลาดขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีมูลค่าตลาดนมรวม 10,000 ล้านบาท และแบ่งเป็นตลาดนมข้าวโพดในปัจจุบัน มูลค่า 50 ล้านบาทซึ่งตลอดปี 2548 ที่

ผ่านมา ตลาดยังคงให้การยอมรับน้ำมันข้าวโพดอย่างต่อเนื่องและขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่าปี 2547 ประมาณร้อยละ 20 น้ำมันข้าวโพดถือเป็นสินค้าใหม่ในความคิดของคนไทย (โรจน์ บุรุษรัตนพันธุ์, 2549: ออนไลน์)

บริษัทที่ผลิตนมข้าวโพดรายใหญ่และเป็นที่รู้จักทั่วประเทศในปัจจุบันมีจำนวน 3 บริษัท ได้แก่บริษัท ริเวอร์แคว อินเตอร์เนชั่นแนล อุตสาหกรรมอาหาร จำกัด ผลิตนมข้าวโพด ตราเทสตี บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ผลิตน้ำมันข้าวโพด มาลี ไอ-คอร์น บริษัท สหเจริญเอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด ผลิตนมข้าวโพด ตราเฟรชคอร์น นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการรายย่อย หรือ เอสเอ็มอี ที่ผลิตนมข้าวโพดบรรจุขวดพร้อมดื่มในท้องถิ่นซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายเป็นรายเล็กมีกำลังการผลิตไม่มาก การกระจายสินค้าเป็นการวางจำหน่ายเฉพาะพื้นที่ ซึ่งทำให้ตลาดยังมีช่องว่างอีกมาก (โรจน์ บุรุษรัตนพันธุ์, 2549: ออนไลน์)

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจและต้องการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมข้าวโพด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ และปัญหาในการเลือกซื้อนมข้าวโพดเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้แก่ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจเกี่ยวกับนมข้าวโพดในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดอื่นๆ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขยายตลาดให้กว้างมากยิ่งขึ้น ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสูงสุดต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ต่อการเลือกซื้อนมข้าวโพด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัญหาของผู้บริโภค ต่อการเลือกซื้อนมข้าวโพด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการเพิ่มประสิทธิภาพและปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์นมข้าวโพดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

#### 1.4 นิยามศัพท์

**พฤติกรรมผู้บริโภค** หมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผู้ที่ซื้อและบริโภคนมข้าวโพด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**การเลือกซื้อ** หมายถึง กระบวนการของลูกค้ำที่เริ่มต้นจากการได้รับการกระตุ้นการรับรู้ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกและการตัดสินใจใช้เงินเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนกับนมข้าวโพดที่พอใจ

**นมข้าวโพด** หมายถึง เครื่องดื่มที่ได้จากการนำข้าวโพดสักระยะน้ำนมมาปั่น คั้นเพื่อแยกส่วนกากออก นำส่วนที่เป็นน้ำนมไปต้มด้วยความร้อน ปรุงรส หรือเติมส่วนประกอบอื่น บรรจุด้วยภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท พร้อมดื่ม

**คุณภาพ** หมายถึง คุณลักษณะที่พึงประสงค์จากผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตส่งมอบให้ลูกค้ำมีคุณลักษณะสอดคล้องกับความต้องการ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำได้