

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน พฤติกรรมการบริโภค และวิถีชีวิต ของคนไทย เปลี่ยนไป การกินอาหาร จากธรรมชาติ น้อยลง และทำงาน ออกกำลังกาย น้อยลง ร่างกาย จึงไม่สามารถ นำแคลเซียม ไปสร้างกระดูกได้ดี เหมือนคนสมัยก่อน ผู้ศึกษาวิจัย จึงเห็นความสำคัญกับการ ดื่มนม เพราะนม เป็นแหล่งแคลเซียม ที่ร่างกาย ดูดซึม ไปใช้ได้ดี หาซื้อได้ไม่ยาก และราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับ อาหารเสริมประเภทอื่น

นม จัดเป็นอาหารธรรมชาติที่สมบูรณ์ที่สุดและเหมาะสมยิ่งกว่าอาหารธรรมชาติอื่นใด ของมนุษย์ เนื่องจากนมมีคุณค่าทางโภชนาการสูง ประกอบไปด้วย โปรตีนครบถ้วนทุกชนิดที่ร่างกายต้องการ นอกจากนี้ โปรตีนในนมนั้นยังอุดมด้วยแร่ธาตุ ที่จำเป็นต่อร่างกาย ยังมีมันเนยให้พลังงาน ซึ่งเป็นมันเนยที่ประกอบไปด้วย กรดไขมันที่อิ่มตัว และไม่อิ่มตัว (มาลัยทิพย์ อมตฉายา, 2543, หน้า 44)

นมเป็นสารอาหารตามธรรมชาติที่จำเป็นต่อการเสริมสร้างพัฒนาการของทารก และมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตของเด็ก เมื่อร่างกายพัฒนาเข้าสู่วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ หรือแม้กระทั่งวัยชรา นมก็เป็นอาหารที่อุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการและมีประโยชน์ ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย เพียงแค่การรู้จักเลือกดื่มนมตามชนิด และปริมาณที่ถูกต้องให้เหมาะสมกับสภาพความต้องการของร่างกายในแต่ละวัย ก็จะสามารถได้รับประโยชน์จากนมอย่างเต็มที่ นมมีคุณค่าทางโภชนาการสูง อุดมด้วยแร่ธาตุอาหารครบทุกหมู่ คือ โปรตีน วิตามิน เกลือแร่ ไขมัน และคาร์โบไฮเดรต ซึ่งคาร์โบไฮเดรตเป็นแหล่งพลังงานที่จะสามารถพบได้ในนมนั้นนั่นคือ น้ำตาลแลคโตส เมื่อร่างกายย่อยแล้วจะได้น้ำตาลกลูโคส และน้ำตาล กาแลคโตส ซึ่งน้ำตาลกาแลคโตสนี้เองจะทำให้เซลล์สมองและเซลล์ประสาทเจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์ และสิ่งที่สำคัญอีกอย่างที่ได้จากนม คือเกลือแร่ โดยเฉพาะแคลเซียม และฟอสฟอรัส ซึ่งร่างกายสามารถดูดซึมไปใช้ได้ดีที่สุด ซึ่งดีกว่าอาหารชนิดอื่น ๆ ที่มีอยู่ในธรรมชาติ และยังเป็นแร่ธาตุ ที่สำคัญในการสร้างกระดูกและฟันให้แข็งแรง รวมทั้งมีกรดแลคติก ที่จะช่วยให้ร่างกายสามารถดูดซึม แคลเซียมและฟอสฟอรัสได้ดียิ่งขึ้น สำหรับคุณค่าทางโภชนาการอื่น ๆ นั้นพบว่า การบริโภคนมร่วมกับอาหารอื่น ๆ จะช่วยให้

ร่างกายได้รับสารอาหารต่าง ๆ ครบถ้วน ซึ่งจะเป็นการช่วยเสริมสร้างซึ่งกันและกัน ทำให้ร่างกายจะเจริญเติบโตแข็งแรง และจากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมา มีรายงานว่า ผู้บริโภคนมพร้อมดื่มเป็นประจำจะมีสุขภาพแข็งแรง และอายุยืน ทั้งนี้เพราะนอกจากนมจะมีสารอาหารที่มีประโยชน์ดังกล่าวแล้ว ยังช่วยระงับ คลอเรสเตอรอลในเลือด อีกด้วย ส่วนในผู้สูงอายุนั้น กรดแลคติกในนมทำให้ความเป็นกรดในกระเพาะอาหารคงที่ (ประไพศรี วิชาเลิศศิลป์, 2544, หน้า 1)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคนมสดของผู้บริโภคในถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ว่าอะไรเป็นปัจจัยและเหตุผลของผู้บริโภคที่ทำให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคนมแตกต่างกัน ผลการศึกษาที่ได้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทาง และเป็นกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจนี้ หรือนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอยู่แล้วให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น เนื่องจากผู้ศึกษาวิจัย ได้ประกอบธุรกิจการขายเครื่องดื่มที่มีนมสดเป็นส่วนผสมจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริโภคนม อีกทั้งผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยจะนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่ม ผู้บริโภคเป้าหมาย และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนมสดของผู้บริโภคในถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคนมสดของผู้บริโภค
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคนมสดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคนมสดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานของการวิจัย

1. พฤติกรรมการบริโภคนมสดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมสดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคนมสด ของผู้บริโภคในถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะกำหนดขอบเขตการศึกษารั้วนี้ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้บริโภคนม หรือเครื่องดื่มที่ผสมนมสด ในถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ประมาณสัปดาห์ละ 500 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 217 คน จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่พฤติกรรมการบริโภคนมสดของผู้บริโภคในถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

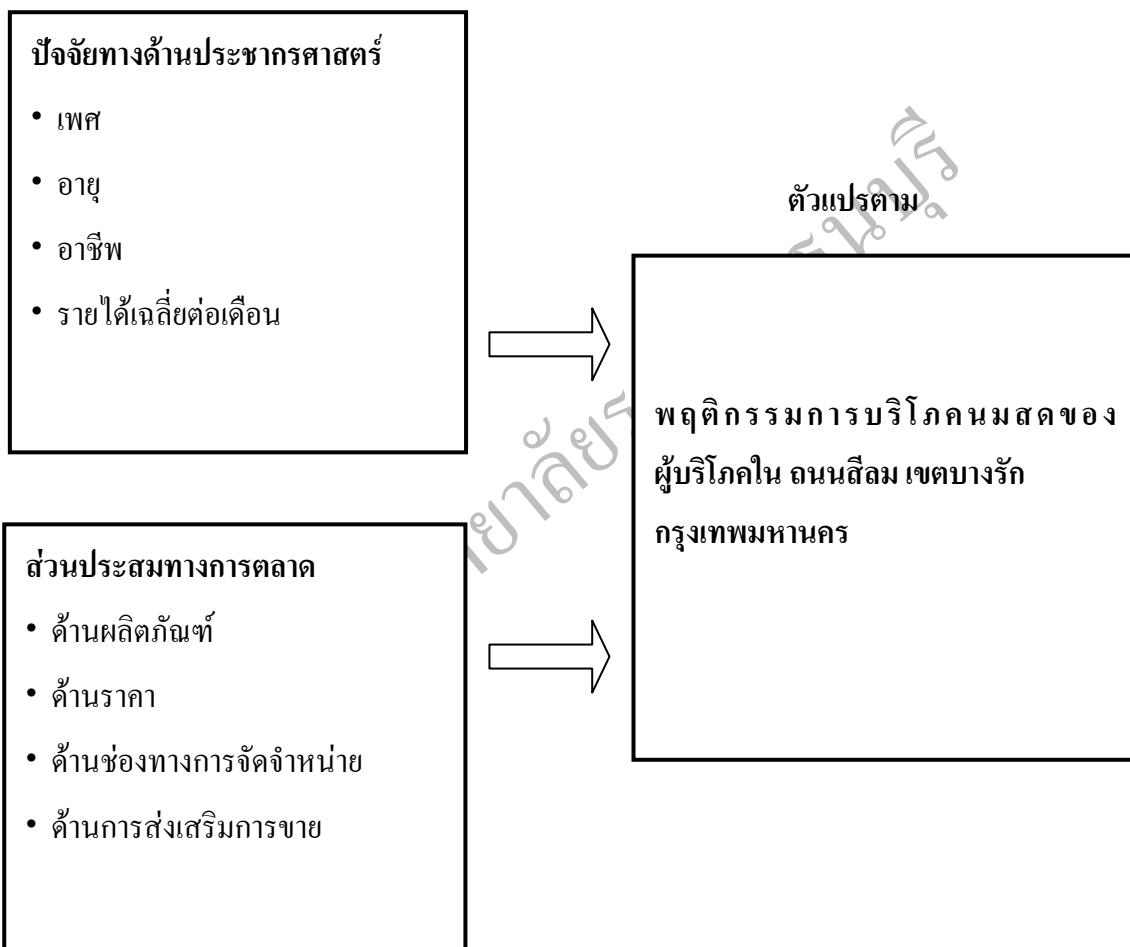
3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน 1-7 ธันวาคม 2550

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรอิสระ (independent variables) และตัวแปรตาม (dependent variables) สามารถเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรม หมายถึง กิริยาของสิ่งมีชีวิตที่แสดงออกมาเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้นทั้งสิ่งเร้าภายใน และสิ่งเร้าภายนอก

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นเพื่อสนองความต้องการของตน และในบางครั้งอาจเป็นผู้ที่ไม่ได้ทำการซื้อก็ได้

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

นมสด หมายถึง นมที่รีดได้จากแม่โคโดยมิได้เติมสิ่งใดลงไปและผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนก่อนที่จะจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันในการวางกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด คือการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เครื่องมือการตลาด 4 ประการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place or distribution) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) ซึ่งเรียกสั้นๆว่า 4P's

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการ ของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอัตราประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้สามารถขายได้

ด้านราคา หมายถึง คุณค่าการใช้บริการในรูปตัวเงินราคาเป็นต้นทุนของลูกค้าผู้บริโภค จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าการใช้บริการกับราคาผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาก็จะตัดสินใจซื้อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ที่ให้บริการขององค์กร บรรยากาศภายในร้านและการตกแต่งสถานที่

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
2. ข้อมูลสรุปและผลการวิจัย จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อเจ้าของกิจการนมสดและผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจนมสด เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการตัดสินใจดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี