



อาหารนมเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเสริมสร้างความเจริญเติบโตของร่างกายและสมอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับทารกและผู้ที่อยู่ในวัยเรียน ปัจจุบันคนไทยมีปริมาณความต้องการบริโภคนมสดทั้งพาสเจอร์ไรส์และสเตอริไรส์ ในอัตราที่สูงขึ้น ทำให้น้ำนมดิบที่ผลิตได้มีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงานผู้ผลิตและปริมาณน้ำนมดิบที่ป้อนเข้าสู่โรงงานแต่ละวัน ยิ่งไปกว่าประสิทธิภาพในการผลิตก็ต่ำมาก เช่น โรงงานของ อ.ส.ค. ผลิตได้เพียงประมาณร้อยละ 50 ของกำลังการผลิตเต็มที่ของโรงงาน บริษัทผลิตภัณฑ์นมหนองโพจำกัดผลิตได้ประมาณร้อยละ 55 สหกรณ์โคนมอยุธยาผลิตได้ประมาณร้อยละ 36 และสหกรณ์โคนมนครปฐมผลิตได้เพียงร้อยละ 29 ของกำลังการผลิตเต็มที่เท่านั้น ภัยเหตุนี้จึงทำให้โรงงานผู้ผลิตนมบางแห่งจำเป็นต้องนำเอาหางนมผง (Skimmed milk powder) จากต่างประเทศเข้ามาเป็นส่วนผสมในการผลิต ทั้งนี้เพื่อต้องการที่จะรักษาความสม่ำเสมอของปริมาณการผลิตในแต่ละวันให้เพียงพอต่อความต้องการ และปริมาณการส่งเข้ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี<sup>1/</sup> เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในอัตราที่สูง ดังจะเห็นได้จากสถิติการสำรวจสำมะโนประชากรของประเทศไทยพบว่า ในระหว่างปีพุทธศักราช 2490 ถึงปีพุทธศักราช 2513 ประเทศไทยมีประชากรเพิ่มมากขึ้นประมาณ 1 เท่าตัว คือ ปีพุทธศักราช 2490 มีพลเมืองทั้งหมดประมาณ 17.5 ล้านคน ในปีพุทธศักราช 2513 มีประมาณ 34.2 ล้านคน มาในปีพุทธศักราช 2522 เรามีพลเมืองถึงประมาณ 45 ล้านคน และคาดว่าในปีพุทธศักราช 2543 ประเทศไทยอาจจะมีประชากรมากขึ้นถึง 80 ล้านคน<sup>2/</sup> ประกอบกับมีการเผยแพร่

<sup>1/</sup> สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ "โครงการเร่งรัดการผลิตโคนมพันธุ์ผสม", เอกสารเศรษฐกิจการเกษตร ประเพณีนโยบายการเกษตร เลขที่ 6 ตุลาคม 2523. หน้า 2.

<sup>2/</sup> ทรงศักดิ์ ศรีอนุชาต "การเพิ่มของประชากรกับสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ" วารสารประชากรศึกษา ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เมษายน 2522 พิมพ์ทางหุ่นส่วนจำกัดการพิมพ์พระนคร หน้า 2.

ความรู้เกี่ยวกับหลักโภชนาการ ไปยังหมู่ประชาชนมากขึ้น ทำให้ประชาชนเริ่มเล็งเห็นคุณค่าประโยชน์ของนมที่มีต่อร่างกายและสามารถใช้เป็นอาหาร เสริมเพื่อทดแทนพลังงานที่สูญเสียไปได้เป็นอย่างดี

นมพาสเจอร์ไรส์เป็นผลิตภัณฑ์นมในรูปแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมดื่มกันอย่างแพร่หลาย เพราะมีราคาไม่สูงนัก สะอาด เนื่องจากผ่านกรรมวิธีฆ่าเชื้อโรคด้วยความร้อนสูง รวมทั้งผ่านขบวนการโฮโมจีไนส์ให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล สะดวกในการบริโภคและมีหลายรสให้เลือกตามความต้องการของแต่ละบุคคล เช่น รสจืด รสหวานและรสช็อกโกแลต เป็นต้น ในปัจจุบันนี้มีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นมในรูปแบบของนมพาสเจอร์ไรส์ออกมาแข่งขันในตลาดหลายรายด้วยกัน เช่น อ.ส.ค. สหกรณ์โคนมหนองโพ ราชบุรี จำกัด เป็นต้น

การวิจัยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อนมพาสเจอร์ไรส์จะมีประโยชน์อย่างยิ่งเพื่อทราบถึงแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

#### \* วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการบริโภค นมพาสเจอร์ไรส์ในด้านรสชาติ ความดีในการดื่มและการซื้อ สถานที่ซื้อ ตลอดจนเงินทุนที่ควม
2. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์

#### \* ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยนี้มีขอบเขตและจุดมุ่งหมายดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการสำรวจทัศนคติ เฉพาะผู้บริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ที่อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร เท่านั้น
2. ข้อมูลที่ปรากฏผลในการวิจัยจะเป็นข้อมูลในระยะเวลา พ.ศ. 2518 -

\* ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาและวิเคราะห์

1. ผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนมพาสเจอร์ไรด์ในประเทศไทย ในด้านการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรด์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด
2. วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่นักการศึกษา หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ พละานามัย และโภชนาการของประชาชน ผู้ที่กำลังจะเข้ามาในอุตสาหกรรมนมพาสเจอร์ไรด์และประชาชนผู้บริโภคนมพาสเจอร์ไรด์ในด้านเผยแพร่ความรู้ และเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคนมพาสเจอร์ไรด์

\* สมมติฐานสำหรับการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ตั้งข้อสมมติฐานไว้ดังต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของเพศ อายุ และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการกินนมพาสเจอร์ไรด์
2. ความแตกต่างของเพศ อายุ และการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการกินนมพาสเจอร์ไรด์
3. ความแตกต่างของอาชีพ รายได้ และเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ซื้อ และจำนวนที่ซื้อแต่ละครั้ง
4. ความแตกต่างของอาชีพ รายได้ การศึกษา และเพศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรด์
5. ความแตกต่างของการศึกษา อาชีพ อายุ และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการซื้อในแต่ละสัปดาห์
6. ความแตกต่างของเพศและการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการกินนมพาสเจอร์ไรด์

วิธีการศึกษา

แหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษานี้ ผู้เขียนแบ่งออกเป็น -

1. ข้อมูลปฐมภูมิ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ

## 1. ข้อมูลปฐมภูมิ

ก. ข้อมูลที่เก็บจากผู้บริโภคเมฆพาสเจอร์ไรส์ การศึกษานี้ผู้เขียนใช้วิธีการวิจัยสนาม (Field Research) เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือดำเนินการสำรวจความคิดเห็น แบบสอบถามที่สร้างขึ้น ผู้เขียนศึกษาโดยดูจากตำราการวิจัยตลาด วิทยานิพนธ์ และหนังสือต่าง ๆ พร้อมกับขอคำแนะนำปรึกษาหารือกับอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการร่างแบบสอบถาม และเมื่อทำการร่างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็ได้มีการทดลองแบบสอบถาม (Pretest) กับนิสิตระดับปริญญาโทคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข้าราชการสำนักงานทดสอบทางการศึกษา ประธานมิตร และพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ เพื่อทดสอบความเข้าใจในคำถามต่าง ๆ ในแบบสอบถาม เพื่อจะนำมาแก้ไขข้อบกพร่องและปรับปรุงเป็นแบบสอบถามที่เหมาะสม

ขั้นตอนไปผู้เขียนจึงได้นำแบบสอบถามไปแจกโดยตรงแก่ผู้บริโภคเมฆพาสเจอร์ไรส์ตามเขตต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร และเก็บทันที เมื่อผู้ตอบตอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว

ข. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โรงงานผู้ผลิตเมฆพาสเจอร์ไรส์ที่ส่งผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานครในเรื่องเกี่ยวกับกำลังการผลิต กรรมวิธีการผลิต และช่องทางจำหน่าย

## 2. ข้อมูลทุติยภูมิ

การศึกษาค้นคว้าวิธีนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสาร (Documentary Study) ซึ่งผู้เขียนได้ค้นคว้าจากระเบียบวิธีการวิจัย วารสาร และเอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษานี้ เพื่อให้ผลของการศึกษาในครั้งนี้ได้รับประโยชน์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

### \* ประชากรและวิธีการ เลือกตัวอย่าง

ประชากรตามความหมายของการศึกษาในเรื่องนี้ หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้บริโภคเมฆพาสเจอร์ไรส์เท่านั้น และมีที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ที่ใช้การสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ๆ (Simple Random Sampling) จำนวนตัวอย่างมีทั้งหมด 400 ตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีที่อยู่ ในกรอบที่แน่นอน ดังนั้นการสัมภาษณ์จึงมุ่งไปยังบุคคลทั่วไปในเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร



โดยมีแผนในการสำรวจครั้งนี้ ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ เขตละ 2 วัน ๆ ละ 3 ชั่วโมง โดยเฉลี่ยตามสถานที่ราชการ สหกรณ์ ชุมเปอรัมร์ เกศ และร้านค้าที่มณฑลพาสเจอร์ไรส์ ชายทั่วไป ซึ่งในการนี้ผู้วิจัยได้จัดอบรมเจ้าหน้าที่สัมภาษณ์จำนวน 4 คน โดยได้ชี้แจงให้ทราบถึงหน้าที่ต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติในสนามโดยละเอียด ตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ และมารยาทที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เพื่อมุ่งใจให้ผู้สัมภาษณ์เต็มใจที่จะให้ความร่วมมือด้วยเป็นอย่างดี

### การประมวลผล และการวิเคราะห์แปลความหมาย

2.๑ เมื่อได้คำตอบจากแบบสอบถามที่นำออกสำรวจความคิดเห็นและรวบรวมได้จำนวน 400 ชุด ตามที่ตกลงการแล้ว ก็จะนำแบบสอบถามเหล่านั้นมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) บันทึกรายการคำตอบต่าง ๆ ลงในคู่มือการลงรหัส (Code Sheet) การตรวจทานมิตร (Verify) การจำแนกบัตร (Sorting) ตามลำดับ นำมาคำนวณ แจ้งนับความถี่ของรายการข้อมูลแต่ละรายการ และเสนอข้อมูลเป็นตารางเปรียบเทียบร้อยละ สำหรับสมมติฐานต่าง ๆ ที่ผู้เขียนกำหนดขึ้นผู้เขียนก็จะทำการทดสอบสมมติฐานเหล่านั้นด้วยวิธีการทางสถิติการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

### รูปแบบการ เสนอผลงานวิจัย

บทที่ 1 กล่าวถึง ความเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าวิจัย ขอบเขตของการศึกษา ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ สมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา วิธีการศึกษาค้นคว้าและวิจัย แบบแผนในการสุ่มตัวอย่าง และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 2 แสดงถึง ประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมนมพาสเจอร์ไรส์และภาวะการผลิต ภาวะการตลาด

บทที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูล และเสนอผลที่ได้จากการวิเคราะห์ และ

บทที่ 4 เป็นการสรุปผลการวิจัย ตลอดจนปัญหา และข้อเสนอแนะ