

บทที่ 1

บทนำ



คำนำ

นมเป็นอาหารที่มีคุณค่าสูง และมีส่วนประกอบต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อร่างกายของมนุษย์ เช่น โปรตีน ไขมัน น้ำตาล วิตามินและเกลือแร่ต่าง ๆ ปัจจุบันประชาชนชาวไทยส่วนมาก โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ได้เรียนรู้ถึงคุณค่าทางอาหารของนมมากขึ้น อีกทั้งได้มีผู้ผลิตอาหารนมออกจำหน่ายในท้องตลาดอย่างกว้างขวาง โดยผลิตนมออกมาทั้งในรูปแบบของนมพาสเจอร์ไรซ์ และนมสเตอริไลซ์แบบยูเอชที ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกสั้น ๆ ว่านมยูเอชทีที่บรรจุอยู่ในกล่องสี่เหลี่ยมผืนผ้า Tetra Brik ของบริษัท Tetra Pak ขนาด 250 ซีซี กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานถึง 6 เดือนโดยไม่ต้องแช่เย็น ในขณะที่ตัวนมก็ได้มีผู้ผลิตนมยูเอชทีออกมามีจำหน่ายกันอย่างแพร่หลาย จึงมีการแข่งขันทางด้านการตลาดในสินค้านมยูเอชทีมากขึ้น ทำให้มีการพิจารณาถึงการวางตำแหน่งสินค้านมยูเอชทีเพิ่มความสำคัญยิ่งขึ้น เพราะว่าหากมีการวางตำแหน่งสินค้าที่เหมาะสมแล้ว จะช่วยให้การกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้น การพิจารณาถึงการวางตำแหน่งสินค้าจึงมีความจำเป็นต่อสภาวะการตลาดที่มีการแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลาเช่นในขณะนี้

วัตถุประสงค์

การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาการวางตำแหน่งสินค้านมยูเอชที ให้เหมาะสมต่อสภาวะตลาด

ในปัจจุบัน

2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อสินค้านมยูเอชที

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาถึงความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสินค้านมยูเอชที ว่ายอมรับการวางตำแหน่งสินค้าอยู่ในตำแหน่งใด และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับการวางตำแหน่งสินค้าของผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายแล้ว จะคลาดเคลื่อนกันในลักษณะไหน รวมทั้งศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านมยูเอชที ในส่วนที่เกี่ยวกับความแตกต่างของพฤติกรรมในแต่ละวัยของผู้บริโภคด้วย

สินค้านมยูเอชทีในที่นี้ หมายถึงนมพร้อมดื่ม อาจจะเป็นนมโคสด หรือนมปรุงแต่ง หรือนมคั้นรูป ที่ผ่านขบวนการฆ่าเชื้อโดยวิธีการสเตอริไลซ์ด้วยความร้อนสูงอย่างรวดเร็ว ระบบยูเอชที (UHT = Ultra High Temperature) แล้วบรรจุในภาชนะป้องกันเชื้อได้ ทำให้สามารถเก็บไว้ได้นานประมาณ 6 เดือน โดยไม่ต้องแช่เย็น

ลัทธิฐาน

การจัดทำวิจัยในครั้งนี้ กำหนดลัทธิฐานไว้ดังนี้คือ

1. การวางตำแหน่งสินค้านมยูเอชที มีความแตกต่างไปจากสินค้านมอื่น ๆ
2. ผู้บริโภคสินค้านมยูเอชที มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามอายุ

ประโยชน์ของวิทยานิพนธ์

ในการจัดทำวิจัยครั้งนี้ คาดว่าจะได้ประโยชน์ดังนี้คือ

1. ในการวางตำแหน่งสินค้านมยูเอชทีที่เหมาะสม จะเป็นการช่วยชี้ว่าให้สินค้ากระจายไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ในส่วนที่เกี่ยวเนื่อง จะช่วยแก้ปัญหาการกันตลาดกับความเสียหายของน้ำนมโคสด ที่กลุ่มเกษตรกรฟาร์มโคนมผลิตเกินความต้องการ
3. ผลพลอยได้ในระยะยาวคือ ประชากรของชาติโดยส่วนใหญ่จะมีสุขภาพอนามัยที่ดีขึ้น ซึ่งตรงกับนโยบายของรัฐบาลที่กำลัส่งเสริมการบริโภคนมอยู่ในขณะนี้

ขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้ข้อมูลทั้งสองประเภทคือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ โดยใช้ทั้งงานสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลจากการศึกษาตำราและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในการสัมภาษณ์ แบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. การสัมภาษณ์ผู้ผลิต หรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าแม่เย็บที่ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบ Non-Structured & Indirect Interview ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์พูดได้ตามความพอใจ ไม่มีการนำทาง หรือตั้งเข้าสู่จุดมุ่งหมายที่ต้องการ ผู้สัมภาษณ์จะทำการบันทึกและตั้งใจฟัง โดยกำหนดการสัมภาษณ์ไว้ประมาณ 2-4 ท่าน

2. การสัมภาษณ์ผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบ Structured Interview แต่ในการรวบรวมข้อมูลไม่สามารถที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมดได้ จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Stratified Random Sampling โดยแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ด้วยการกำหนดคุณสมบัติตามเขตที่อยู่อาศัย ส่วนในการออกสัมภาษณ์ในงานสนามได้ทำการกระจายการเก็บข้อมูลจากแหล่งชุมชนต่าง ๆ กัน 10 แห่ง ๆ ละ 35 ชุด รวมเป็นแบบสอบถามทั้งสิ้น 350 ชุด จากแหล่งชุมชนย่านต่าง ๆ ดังนี้คือ

- 1) บางแค
- 2) วังเวียนใหญ่
- 3) หัวหมาก
- 4) พระโขนง
- 5) ลาดพร้าว
- 6) ลีลามลแควร์
- 7) อนุเสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
- 8) สีลม

9) คลองเตย

10) บางลำภู

ทางด้านงานสำเนาออกเก็บข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร นี้ เป็นการสัมภาษณ์ที่มุ่งไปยังบุคคลทั่วไปในบริเวณย่านชุมชนที่กำหนดไว้ข้างบน ใช้เวลาในการ สัมภาษณ์ย่านชุมชนแต่ละ 1 วัน ๆ ละ 6 ชั่วโมง ซึ่งได้จัดอบรมเจ้าหน้าที่สัมภาษณ์ไว้จำนวน 10 คน โดยได้ชี้แจงให้ทราบถึงรายละเอียด ตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติและ มารยาทที่ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อจุดมุ่งหมายผู้ถูกสัมภาษณ์เต็มใจที่จะให้ความร่วมมือด้วย เป็นอย่างดี

การกำหนดขอบเขตของกรุงเทพมหานคร แบ่งตามเขตที่อยู่อาศัยทั้งหมด 24 เขต ซึ่งมีจำนวนประชากร ดังตารางที่ 1.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ณ วันที่ 31 ธันวาคม

พ.ศ. 2527

เขตที่อยู่อาศัย	ประชากร		
	ชาย	หญิง	รวม
1. เขตคลองสาน	70,168	69,276	139,444
2. เขตดุสิต	297,804	261,028	558,832
3. เขตตลิ่งชัน	40,266	41,083	81,349
4. เขตธนบุรี	136,706	130,910	267,616
5. เขตบางกอกน้อย	139,823	145,442	285,265
6. เขตบางกอกใหญ่	52,788	51,928	104,716
7. เขตบางกะปิ	176,668	179,365	356,033
8. เขตบางขุนเทียน	119,924	120,911	240,835
9. เขตบางรัก	43,430	44,767	88,197
10. เขตบางเขน	249,709	234,008	483,717
11. เขตปทุมวัน	86,031	71,299	157,330

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

เขตที่อยู่อาศัย	ประชากร		
	ชาย	หญิง	รวม
12. เขตป้อมปราบ	45,235	44,095	89,330
13. เขตพญาไท	178,995	178,731	357,726
14. เขตพระนคร	58,591	53,741	112,332
15. เขตพระโขนง	297,972	296,930	594,902
16. เขตภาษีเจริญ	104,730	106,395	211,125
17. เขตมีนบุรี	34,190	32,776	66,966
18. เขตยานนาวา	200,756	195,664	396,420
19. เขตราชบุรีรณะ	67,379	64,171	131,550
20. เขตลาดกระบัง	24,821	25,720	50,541
21. เขตสัมพันธวงศ์	27,492	25,324	52,816
22. เขตหนองจอก	27,526	27,426	54,952
23. เขตหนองแขม	26,360	26,586	52,946
24. เขตห้วยขวาง	120,764	118,978	239,742
รวม	2,628,128	2,546,554	5,174,682

ที่มา : กองการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

ในการประมวลผลได้ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ช่วยในการแจกแจงข้อมูลตามความต้องการ โดยที่หลังจากการรวบรวมแบบสอบถามจากงานสำเนาทั้งหมดแล้ว ได้คัดเอาส่วนที่เป็นข้อมูลเสียออกแล้ว ก็นำมาลงรหัสเพื่อที่จะป้อนข้อมูลเข้าคอมพิวเตอร์ ตรวจสอบข้อมูล และวิเคราะห์ตามโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ได้โปรแกรมไว้ก่อนแล้ว

การนำเสนอข้อมูล จัดทำเป็นตารางและแผนภูมิกราฟ โดยที่ค่าในตารางได้จาก การหาอัตราส่วนร้อยละ และในแผนภูมิกราฟได้มาจากการคำนวณค่าเฉลี่ยจากข้อมูลทั้งหมด ที่คัดเล็ยออกแล้ว

ส่วนในการพิสูจน์สมมติฐาน ได้ใช้วิธีตัวสถิติทดสอบเกี่ยวกับอัตราส่วน (Test Concerning Proportion) ซึ่งมีสูตรและสัญลักษณ์ดังนี้¹

z = ค่าที่ได้มาตรฐาน

$$z = \frac{P_1 - P_2}{\sqrt{P(1-P)(n_1+n_2)/(n_1-n_2)}}$$

P = ค่าอัตราส่วนรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้งสอง

$$P = \frac{n_1 p_1 + n_2 p_2}{n_1 + n_2}$$

โดยกำหนดให้

n_1 = ขนาดของประชากรกลุ่มที่ 1

n_2 = ขนาดของประชากรกลุ่มที่ 2

p_1 = อัตราส่วนของประชากรกลุ่มที่ 1

p_2 = อัตราส่วนของประชากรกลุ่มที่ 2

¹ "สถิติสำหรับนักบริหาร, ฉันทลักษณ์ ณ ป้อมเพชร, 139