



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในเขต

คันทายาว กรุงเทพมหานคร

Determinants Effecting Mothers' Decision on Using Milk Powder for Child 0 to 1 Year Old,

Kannayao, Bangkok

ของ

นางสาวพรณี ขุนทองโชติ

นางสาวภัทรพิชญ์ นะอ่อน

นางสาวยาเราะ วงษอรุณ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2547

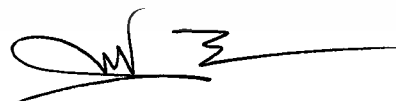
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ



19 / 3 / 47

(ดร.ธำรงค์ เมฆโหรา)


กรรมการปัญหาพิเศษ



13 / 3 / 47

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรัช กระแสร์ฉัตร)

หัวหน้าภาควิชาฯ



10 / 3 / 47

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ



T098049

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาในเขต

คันนายาว กรุงเทพมหานคร

Determinants Effecting Mothers' Decision on Using Milk Powder for Child 0 to 1 Year Old,

Kannayao, Bangkok

โดย

นางสาวพรรณี จุนทองโชติ

นางสาวภัทรพิชญ์ นะอ่อน

นางสาวยาเราะ วงษอรุณ

เสนอ

ปี
ค.ศ. ๒๕๔๗

๒๕๔๗

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 98049
วัน เดือน ปี.....

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๔๗

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาจะเพิ่มขึ้น ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในเชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ได้แก่ ศาสนาพุทธ อาชีพรับราชการของมารดา อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของคู่สมรส และโรงพยาบาลรัฐบาล หมายถึง เมื่อมารดามีปัจจัยเหล่านี้เพิ่มขึ้น โอกาสในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาจะลดลง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ได้แก่ คำแนะนำของแพทย์ คำแนะนำของผู้มีประสบการณ์ ตรายินค้า และประสบการณ์เดิมจากการมีบุตร

การกำหนดกลยุทธ์ให้แก่ผู้ที่สนใจเข้ามาทำธุรกิจนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปีนี้ ต้องทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่าง ๆ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้ และชื้อ เพื่อนำมาวางแผนด้านการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ 4P's และกลยุทธ์ 4C's เพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าไปสู่ตลาดนมผงดัดแปลงสำหรับทารกได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดี เนื่องด้วยความกรุณาของ ดร. ชำรงค์ เมฆโหรา ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผศ. ดร. วิรัช กระแสร์ฉัตร กรรมการปัญหาพิเศษ ในการให้คำแนะนำ คำปรึกษา การเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา และข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนปรับปรุงปัญหาพิเศษฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และอาจารย์ปรเมศร์ อัสวเรืองพิภพ สำหรับคำชี้แจงในทุก ๆ ปัญหา อีกทั้งอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาในสถาบันแห่งนี้ คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ โรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี โรงพยาบาลสินแพทย์ และโรงพยาบาลศรีสยามที่เอื้อเฟื้อข้อมูล และรายละเอียดอันเป็นประโยชน์ต่อการทำปัญหาพิเศษ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ควบคุมห้องคอมพิวเตอร์ที่ให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้เป็นที่รักและเคารพอย่างสูง ที่ให้ความช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์ และเป็นกำลังใจด้วยดีมาตลอด รวมถึงขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ช่วยให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

นางสาวพรรณี ชุนทองโชติ
นางสาวภัทรพิชญ์ นะอ่อน
นางสาวยาระาะ วงษ์อรุณ

มีนาคม 2547

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
วิธีการศึกษา	5
การเก็บรวบรวมข้อมูล	5
การวิเคราะห์ข้อมูล	6
บทที่ 2 โครงร่างทฤษฎี	8
การตรวจเอกสาร	8
สมมติฐานของการศึกษา	10
แนวคิดทางทฤษฎี	12
การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสต์ (Logistic Regression Analysis)	12
การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square test)	18
กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Processes)	20
ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	21
บทที่ 3 สภาพทั่วไปของตลาดนมผง	23
ความหมายของนมผง	23
ความรู้เกี่ยวกับนมผงที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน	23
การเติบโตของตลาดนมผง	25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
สภาพตลาดปัจจุบันของนมผงดัดแปลงสำหรับทารกในประเทศไทย	26
สภาพการแข่งขันของตลาดนมผงดัดแปลงสำหรับทารกในประเทศไทย	26
การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์	27
การแข่งขันด้านราคา	27
การแข่งขันด้านการส่งเสริมการตลาด	27
การแข่งขันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	28
นมผงกับการคุ้มครองผู้บริโภค	28
การเปิดตลาดนำเข้านมผงเพิ่มเติมปี พ.ศ. 2546	28
สรุป	29
บทที่ 4 ผลการศึกษา	30
ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้	
นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา	30
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง	30
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้	
นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา	40
ผลการศึกษาปัจจัยที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผง	
ดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา	43
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	
นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา	43
สรุป	52
บทที่ 5 การกำหนดกลยุทธ์ของผู้ประกอบการนมผงดัดแปลงสำหรับทารก	53
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้และซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี	53
การกำหนดกลยุทธ์ให้แก่ผู้ประกอบการนมผงดัดแปลงสำหรับทารก	54
กลยุทธ์ 4P's	54
กลยุทธ์ 4C's	55
สรุป	56

บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ

หน้า

สรุป

57

57

ข้อเสนอแนะ

58

เอกสารอ้างอิง

60

ภาคผนวก

62

ภาคผนวก ก

63

ภาคผนวก ข

66



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์นมผงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2544 (ล้านบาท)	2
2 พลังงานที่ได้รับจากเอนฟาแลคเปรียบเทียบกับนมมารดาและนมวัว	3
3 รายชื่อบริษัทที่ทำการผลิตนมผงดัดแปลงสำหรับทารกในประเทศไทย	24
4 รายชื่อผู้นำเข้านมผงสูงใหญ่ (Bulk) จากต่างประเทศมาแบ่งบรรจุใหม่	24
5 รายชื่อบริษัทผู้นำเข้าสำเร็จรูปจำนวน 6 รายในประเทศไทย	25
6 มูลค่าการนำเข้านมผงของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 (ม.ค. - พ.ย.)	26
7 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี (ร้อยละ)	31
8 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามอายุ (ร้อยละ)	32
9 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามศาสนา (ร้อยละ)	32
10 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามระดับการศึกษา (ร้อยละ)	33
11 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส (ร้อยละ)	34
12 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามอาชีพ (ร้อยละ)	35
13 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามอาชีพของกลุ่มสมรส (ร้อยละ)	36
14 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามรายได้ (ร้อยละ)	37
15 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามรายได้ของกลุ่มสมรส (ร้อยละ)	38
16 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามจำนวนบุตร (ร้อยละ)	39
17 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามความจำเป็นในการประกอบอาชีพ (ร้อยละ)	40
18 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี แบ่งตามคำแนะนำแพทย์ในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)	44
19 การแจกแจงความถี่ร่วมของระดับความคิดเห็นของมารดาในการชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามคำแนะนำผู้มีประสบการณ์ในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)	45
20 การแจกแจงความถี่ร่วมของระดับความคิดเห็นของมารดาในการชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามราคาในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่	หน้า
21 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการชื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามตราสินค้าในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)	47
22 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการชื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ต่อระยะทางของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กับที่พักอาศัยในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)	48
23 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการชื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามความสะดวกในการหาซื้อง่ายในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)	49
24 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการชื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามแรงจูงใจในส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)	50
25 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการชื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามแรงจูงใจในของสมนาคุณในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)	51
26 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการชื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามประสบการณ์เดิมจากการมีบุตรใน โรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)	52

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กราฟของโลจิท เมื่อ $\beta_1 > 0$	14
2	กราฟของโลจิท เมื่อ $\beta_1 < 0$	15
3	กราฟของโลจิทที่มีค่าอยู่ในช่วง 0 ถึง 1	17
4	การทดสอบไคสแควร์	19
5	แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพล	20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

นมและผลิตภัณฑ์นมเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีสารอาหารที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น โปรตีน ไขมัน แร่ธาตุ และวิตามิน เป็นต้น ในปัจจุบัน ประชาชนชาวไทยมีการบริโภคนมสดในอัตราประมาณคนละ 10 กิโลกรัมต่อปี หรือมีการบริโภคนมทั้งประเทศประมาณปีละ 500 ล้านกิโลกรัม (กระทรวงสาธารณสุข, 2545) โดยนมและผลิตภัณฑ์นมที่ใช้บริโภคในประเทศ ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าทำให้ต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศปีละหลายพันล้านบาท

นมเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร (Agro-Industry) โดยนำน้ำนมดิบและหรือนมผงขาดมันเนย (skim milk powder) และนมผงชนิดเต็มไขมัน (whole milk powder) มาแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์นมชนิดต่าง ๆ เช่น นมพร้อมดื่ม นมข้นหวาน นมระเหย (นมข้นไม่หวาน) นมผง นมเปรี้ยว ครีม เนย และไขมันเนย เป็นต้น สามารถเก็บได้นานกว่าน้ำนมดิบ โดยนมและผลิตภัณฑ์นมที่ประชาชนทั่วไปนิยมบริโภคที่สำคัญ คือ นมพร้อมดื่ม นมผง และนมข้น

ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่เกิดจากอุตสาหกรรมนมมีหลายประเภทตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ ได้แก่ ประเภทที่หนึ่ง นมสด แบ่งออกเป็น นมสดพาสเจอร์ไรส์ นมสดสเตอริไลส์ด้วยวิธียูเอชที และนมพร้อมมันเนย ประเภทที่สอง นมข้น แบ่งออกเป็นชนิดต่าง ๆ ตามส่วนประกอบของนมที่ผู้ผลิตทำขึ้นดังนี้ นมข้นไม่หวาน นมข้นหวาน นมข้นหวานขาดมันเนยไม่หวาน และนมข้นขาดมันเนยหวาน ประเภทที่สาม นมแปลงไขมัน แบ่งออกตามลักษณะส่วนประกอบดังนี้ นมแปลงไขมันธรรมดา นมผงแปลงไขมัน นมข้นแปลงไขมัน ไม่หวาน และนมข้นแปลงไขมันหวาน ประเภทที่สี่ นมดัดแปลงและนมปรุงแต่ง ประเภทที่ห้า นมเปรี้ยว ประเภทที่หก นมคั้นรูป แบ่งออกเป็นชนิดต่าง ๆ ตามส่วนประกอบดังนี้ นมคั้นรูปธรรมดา นมคั้นรูปไม่หวาน นมคั้นรูปหวาน นมข้นขาดมันเนยคั้นรูปไม่หวาน และนมข้นขาดมันเนยคั้นรูปหวาน ซึ่งนมคั้นรูปทุกชนิดใช้เลี้ยงทารกหรือเด็กอ่อน ไม่ได้ จึงต้องมีฉลากแสดงความ “อย่าใช้เลี้ยงทารก” ด้วยตัวอักษรสีแดง และประเภทที่เจ็ด นมผง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2545)

นมผงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมนมแปรรูป เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ หลายชนิด เช่น ครีมเทียม ไอศกรีม และนมพาสเจอร์ไรส์ เป็นต้น นมผงแยกเป็นหลายประเภท ได้แก่ นมผงขาดมันเนย นมผงธรรมดา นมผงดัดแปลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับทารก ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนน้ำนมแม่จัดเป็นอาหารที่เหมาะสมและดีที่สุดสำหรับทารก และเด็ก โดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่สตรีต้องออกทำงานนอกบ้าน การใช้นมผง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับทารกและเด็กเพื่อให้ได้รับสารอาหารครบถ้วนและพอเหมาะ มีการเจริญเติบโตและพัฒนาการที่ดี และหางนม (whey) โดยประเทศไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์นมผงประเภทต่าง ๆ จากต่างประเทศเป็นมูลค่าสูง (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์นมผงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2544 (ล้านบาท)

ปี พ.ศ.	นมผงขาดมันเนย	นมผงธรรมดา	นมผงเลี้ยงทารก	หางนม (whey)	รวม
2536	2,484.85	1,032.92	401.91	0.56	5,163.25
2537	2,913.89	1,119.11	540.65	1.61	6,202.21
2538	4,123.19	1,477.07	619.01	2.02	8,242.87
2539	3,895.20	2,256.78	723.47	1.64	9,371.25
2540	4,029.92	3,966.60	793.72	3.00	11,472.03
2541	4,073.96	3,823.96	1,031.58	3.65	11,604.16
2542	3,313.96	2,953.00	701.81	5.10	9,420.49
2543	3,662.00	3,306.00	764.00	13.84	10,018.00
2544	5,824.00	1,427.00	718.00	3.99	12,873.00

ที่มา: (กรมศุลกากร, 2544)

จากตารางที่ 1 จะพบว่าผลิตภัณฑ์นมผงมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นทุกปี แสดงว่าอุตสาหกรรมนมผงมีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนั้น ในปี พ.ศ. 2544 ภาคเอกชนได้เสนอโควตานำเข้านมผงเพิ่มอีก 10,000 ตัน เนื่องจากเกิดภาวะขาดแคลนและภาคอุตสาหกรรมมีการขยายตัวต้องการวัตถุดิบนมผงเพิ่มขึ้นเพื่อทำให้สามารถรองรับอุตสาหกรรมนมของประเทศในอนาคต (นิรนาม, 2544: 8)

ธุรกิจนมผงมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย และมีบริษัทต่าง ๆ ผลิตนมผงออกจำหน่ายเป็นจำนวนมากหลายยี่ห้อด้วยกัน เช่น เอนฟาแลค เอส-26 ดูเม็กซ์ สโนว์ ซิมิลแลค เนสเล่ท์ และเมจิ เป็นต้น โดยนมผงแต่ละยี่ห้อมักแบ่งช่วงการบริโภคตามช่วงอายุของเด็กออกเป็นแรกเกิดถึง 1 ปี 6 เดือนถึง 3 ปี ตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป อย่างไรก็ตาม นมผงทารกแรกเกิดถึง 1 ปี มีการห้ามโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ เนื่องจากเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้ทารกดื่มนมมารดาซึ่งถือว่าเป็นนมที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่อการเจริญเติบโตของทารก กระนั้นก็ดี เมื่อแรกคลอด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มารดาบางคนไม่มีนมให้ทารกดื่มหรือไม่ต้องการให้ทารกดื่มนมของตนเอง เนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอในการป้อนนมตนเองแก่ทารกหรือต้องมีภารกิจในการประกอบอาชีพ หรือต้องการรักษารูปร่างอันเป็นสาเหตุให้ทารกต้องดื่มนมผงดัดแปลงควบคู่ไปกับนมมารดา และมารดามีความจำเป็นต้องเลือกซื้อนมผงสำหรับทารกแรกเกิดให้เหมาะสม ถึงแม้ว่านมผงแต่ละยี่ห้อ และนมมารดาจะให้พลังงานไม่แตกต่างกันมากนัก (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 พลังงานที่ได้รับจากเอนฟาแลคเปรียบเทียบกับนมมารดาและนมวัว

รายการ	ร้อยละของพลังงานทั้งหมด			
	กิโลแคลอรี ต่อ 100 มล.	โปรตีน	ไขมัน	คาร์โบไฮเดรต
นมมารดา	68	9	50	41
เอนฟาแลค	68	16	36	48
น้ำนมวัวครบวงจร	67	21	50	29

ที่มา: (บริษัท บริสคอล ไมเยอร์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2546)

เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายห้ามไม่ให้มีการโฆษณานมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ผ่านสื่อต่าง ๆ ขณะเดียวกัน มารดามีความจำเป็นในการใช้นมผง ซึ่งสมควรทำการศึกษาวิจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี เพื่อสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดให้แก่บริษัทผู้ผลิตนมผงดัดแปลงสำหรับทารกที่ต้องการจะเข้าสู่ตลาดนมผงในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปีของมารดา
2. เพื่อศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา
3. เพื่อศึกษาลักษณะโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมนมผงดัดแปลงสำหรับทารกในประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้สนใจประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมนมผงดัดแปลงสำหรับทารก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในเขตคันทายาว กรุงเทพมหานคร และนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นข้อมูลในการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดให้แก่บริษัทผู้ผลิตนมผงคัดแปลงสำหรับทารก
2. เป็นข้อมูลในการสนับสนุนผู้สนใจที่จะประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมนมผงคัดแปลง สำหรับทารก ต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาสภาพการผลิตและการจัดจำหน่ายนมผงในประเทศไทย โดยการรวบรวมข้อมูลจากบริษัทผู้ประกอบการนมผง หน่วยงานของรัฐบาล ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าภายใน กรมศุลกากร กระทรวงสาธารณสุข และศูนย์ประสานการส่งออก-นำเข้าสินค้า

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในเขตคันทายาว กรุงเทพมหานคร ต้องการกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี เพื่อนำไปใช้กับทารกแทนการใช้น้ำนมตนเอง จึงทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาพร้อมด้วย โดยเลือกเขตคันทายาวเป็นเขตศึกษาจากการใช้วิธีการสุ่มจับฉลากเลือกเขตในกรุงเทพมหานครที่มีอัตราการเกิดสูงที่สุดสามอันดับแรก ประกอบด้วย เขตราชเทวี เขตปทุมวัน และเขตคันทายาว และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์มารดาที่มีบุตรอายุตั้งแต่แรกเกิดถึง 1 ปี ณ โรงพยาบาลในเขตคันทายาว ได้แก่ โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี โรงพยาบาลสินแพทย์ และโรงพยาบาลศรีสยาม เพื่อให้ได้ข้อมูลซึ่งจะนำไปสู่ขั้นตอนในการวิเคราะห์เชิงปริมาณต่อไป รวมทั้งนำผลการศึกษาที่ได้มากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการทำธุรกิจนมผงคัดแปลงสำหรับทารก

นิยามศัพท์

การเลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี หมายถึง การที่มารดามีการตัดสินใจว่าจะเลือกใช้ หรือไม่เลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี แทนการให้น้ำนมตนเองแก่ทารกแรกเกิดถึง 1 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี หมายถึง มารดาที่ตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ทำการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี เพื่อให้ทารกแรกเกิดถึง 1 ปี แทนการให้น้ำนมตนเอง

นมผงดัดแปลง หมายถึง นมสดที่ทำให้น้ำระเหยไปจนกลายเป็นนมผง เพื่อสะดวกในการเก็บรักษา การขนส่ง โดยผู้บริโภครู้จักและมักเรียกกันว่า "แป้งนม" ใช้สำหรับผสมน้ำเลี้ยงเด็กอ่อนหรือทารกเท่านั้น

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสำรวจโดยการออกแบบสอบถามมารดาที่มีบุตรอายุตั้งแต่แรกเกิดถึง 1 ปี ในโรงพยาบาลในเขตคันทนาว กรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี โรงพยาบาลสินแพทย์ และโรงพยาบาลศรีสยามระหว่างช่วงเวลาวันที่ 3 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2546 และใช้วิธีการสุ่มโดยใช้ความสะดวก โดยที่ประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือ มารดาที่คลอดบุตรใน โรงพยาบาลเขตคันทนาวกรุงเทพมหานคร จำนวนประมาณ 1,000 คน และขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากกลุ่มประชากร โดยใช้สูตร Yamane (1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดให้ค่าความเชื่อมั่น = 0.08

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างของการศึกษารั้งนี้จะมากกว่าหรือเท่ากับ 135 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากหน่วยงานรัฐบาล บทความ วารสาร เอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมผงดัดแปลงสำหรับทารก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เป็นการอธิบายถึงลักษณะ โดยทั่วไปของอุตสาหกรรมนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ในประเทศไทย โดยมีกรณีศึกษาของบริษัทผู้ผลิตนมผงรายใหม่ที่ต้องการจะเข้าสู่ตลาดนมผงในประเทศไทย

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงสถิติอนุมาน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยแบบโลจิส (Logistic Regression) ในการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในเขตคันทันยาว กรุงเทพมหานคร โดยมีแบบจำลอง ดังนี้

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11})$$

โดยที่ : Y คือ การตัดสินใจเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปีของมารดา

X_1 คือ อายุ (ปี)

X_2 คือ ศาสนา

X_3 คือ ระดับการศึกษา

X_4 คือ ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส

X_5 คือ อาชีพของมารดา

X_6 คือ อาชีพของกลุ่มสมรส

X_7 คือ รายได้ต่อเดือน

X_8 คือ รายได้ของกลุ่มสมรสต่อเดือน

X_9 คือ จำนวนบุตร (คน)

X_{10} คือ ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ

X_{11} คือ โรงพยาบาล

นอกจากนั้น ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ระหว่างโรงพยาบาลเพื่อความชัดเจนยิ่งขึ้น

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในโรงพยาบาลในเขตคันทันยาว กรุงเทพมหานครจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไคสแควร์ (Chi-square test) ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของมารดา ระหว่างโรงพยาบาลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ซึ่งประกอบด้วย คำแนะนำของแพทย์ คำแนะนำของผู้มีประสบการณ์ ราคานมผง ตราสินค้า ระยะทางของที่ตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการหาซื้ออย่างแรงจูงใจในส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจในของสมนาคุณ และประสบการณ์เดิมจากการมีบุตร โดยใช้ตาราง Contingency table และวิเคราะห์ด้วยค่า λ^2 โดยถ้า P-value ของ $\lambda^2 > \lambda^2_{0.05}$ แสดงว่าปัจจัยข้างต้น ไม่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา และในทางตรงกันข้าม หากค่า P-value ของ $\lambda^2 < \lambda^2_{0.05}$ แสดงว่าปัจจัยข้างต้นมีผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการตรวจสอบเอกสารรวมทั้งผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่สองเป็นส่วนของสมมติฐานของการศึกษา และส่วนที่สามเป็นแนวคิดทางทฤษฎีทฤษฎีการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิส (Logistic Regression Analysis) การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square test) และกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Processes) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

การตรวจสอบเอกสาร

สุนิสา ยิ่งสวัสดิ์ (2533) ทำการศึกษาถึงความได้ประโยชน์เปรียบเทียบของอุตสาหกรรมนมดิบและอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่สำคัญ คือ อุตสาหกรรมนมพร้อมดื่ม อุตสาหกรรมนมข้นหวาน อุตสาหกรรมนมผง อุตสาหกรรมไอศกรีม และอุตสาหกรรมนมเปรี้ยว ด้วยการคำนวณค่าต้นทุนทรัพยากรภายในประเทศ โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจและจากแหล่งทุติยภูมิ ผลการศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมที่มีประโยชน์เปรียบเทียบ ได้แก่ อุตสาหกรรมนมข้นแปรรูปพาสเจอร์ไรส์ นมข้นหวาน นมผง ไอศกรีม และนมเปรี้ยว เหตุที่ทำให้เกิดประโยชน์เปรียบเทียบ เนื่องจาก มีการใช้นมดิบเป็นวัตถุดิบในการผลิต ส่วนในอุตสาหกรรมที่เสียเปรียบจะมีสาเหตุมาจากการใช้หางนมผงเป็นวัตถุดิบในการผลิต ดังนั้น เพื่อให้การใช้น้ำนมดิบในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมมีความเป็นไปได้จะต้องลดราคาน้ำนมดิบลง คือ กิโลกรัมละ 3.72-5.94 บาท จากราคาน้ำนมดิบเดิมกิโลกรัมละ 6.00-8.00 บาท ยกเว้นอุตสาหกรรมไอศกรีม ซึ่งถ้าต้องการใช้นมดิบเป็นวัตถุดิบแล้วจะต้องใช้น้ำนมดิบราคา กิโลกรัมละ 1.52 บาท จึงจะทำให้ได้เกิดประโยชน์เปรียบเทียบ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2528) ได้ศึกษาถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมการเลี้ยงโคนม โดยเน้นความสำคัญของนมและผลิตภัณฑ์นมในแง่เศรษฐกิจ ซึ่งทางรัฐบาลกำหนดให้นมเป็นสินค้าเกษตรที่ต้องเร่งรัดการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ ประการที่หนึ่งผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าและช่วยลดการเสียดุลการค้าของประเทศ ประการที่สองผลิตเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยในแง่การเสริมสร้างพละอนามัย

ศุภชาติ สุขารมณ์ และสุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ (2532) ได้ทำการศึกษาถึงมาตรการของรัฐบาลกับการพัฒนาอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า รัฐบาลได้ส่งเสริมเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลี้ยงโคนมเพื่อเพิ่มปริมาณอุปทานน้ำนมดิบให้เพียงพอกับความต้องการในการบริโภคและการใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นม มาตรการที่รัฐบาลนำมาใช้ ได้แก่ การคุ้มครองอุตสาหกรรมโคนม โดยใช้มาตรการทางด้านภาษี การกำหนดเงื่อนไขในการนำเข้านมและผลิตภัณฑ์นม มาตรการในการเพิ่มจำนวนแม่โคนม โดยการนำเข้าและการขยายพันธุ์ ตลอดจนมาตรการส่งเสริมการลงทุน การคุ้มครองอุตสาหกรรมโคนมมีผลทำให้ราคานมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคต้องรับภาระด้านอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ใช้นมและผลิตภัณฑ์นมเป็นวัตถุดิบมีต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น แต่จะมีผลทำให้ปริมาณอุปทานของน้ำนมดิบที่เพิ่มขึ้น จากการเพิ่มปริมาณโคนมมากกว่าที่จะมีการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตน้ำนมของแม่โค การลดลงของมาตรการในการอุดหนุนการส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศอื่น ๆ จะมีผลต่อราคานำเข้านมและผลิตภัณฑ์นม ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมโคนมได้รับการคุ้มครองสูงขึ้น ดังนั้นภายใต้การคุ้มครองที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ถ้าการขยายอุปทานของน้ำนมดิบมีน้อยกว่าอุปสงค์ และไม่มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตน้ำนมของแม่โคให้มีต้นทุนการผลิตต่ำแล้วอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ใช้น้ำนมดิบเป็นวัตถุดิบมีแนวโน้มจะได้รับการกระทบในแง่การขาดแคลนวัตถุดิบและการเพิ่มสูงขึ้นของต้นทุนการผลิตในระยะยาว

ชุนดร ชาญวิรวงศ์ (2541) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในกรุงเทพมหานครและความยืดหยุ่นของรายได้ต่อรายจ่ายในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในกรุงเทพมหานคร วิธีการศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยคัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multistage sampling) และใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistic) ในการอธิบายการศึกษาการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) ในการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศ และสถิติถดถอยที่ไม่ใช่เส้นตรงอย่างง่าย (simple non-linear regression) ในการหาความยืดหยุ่นของรายได้ต่อรายจ่ายในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศ ได้แก่ 1) เพศ ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภค 2) อายุและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริโภค 3) เพศ อายุและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่บริโภคด้วย 4) อายุมีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภค สำหรับความยืดหยุ่นของรายได้ต่อรายจ่ายในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศ มีค่าเท่ากับ 0.022 เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะมีผลทำให้รายจ่ายในการบริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.022

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กัลปิงหา ทรองพาณิชย์ (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในปัจจุบัน พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล สำหรับวิธีการศึกษาทำโดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือจะซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและเป็นผู้ที่รายได้เป็นของตนเองในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนมากมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งานและไม่มี ความจงรักภักดีในตราสินค้า นอกจากนี้ยังชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบแถมบริการต่าง ๆ มากที่สุด สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลคือประสิทธิภาพของคอมพิวเตอร์ ราคาและบริการหลังการขาย ตามลำดับ และจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าประเภทของคอมพิวเตอร์ที่ผู้บริโภคใช้ขึ้น กับอาชีพ ราคาของคอมพิวเตอร์ ที่ตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับรายได้และอาชีพของผู้บริโภค โดยรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคชอบขึ้นอยู่กับสถานภาพสมรสและการศึกษา ส่วนการเลือกเงื่อนไขการชำระเงินขึ้นอยู่กับสถานภาพสมรส

การตรวจเอกสารดังกล่าวข้างต้น เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในเขตคันทันยาว” ดังนี้ งานวิจัยของสุนิสา (2533) สุภชาติ และสุทธิพันธ์ (2532) ได้ให้แนวทางในการศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมนมผงและผลิตภัณฑ์นม งานวิจัยของชนนุร (2541) ได้ให้แนวทางวิธีการศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square) งานวิจัยของกัลปิงหา (2541) ได้ให้แนวทางในการสร้างแบบสอบถามสำหรับการศึกษาในครั้งนี้

สมมติฐานของการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาครั้งนี้มีสมมติฐาน ดังนี้ คือ

1. อายุไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา
2. ศาสนาไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา
3. ระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรสไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

5. อาชีพไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

6. อาชีพของกลุ่มสมรสไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

7. รายได้ของมารดาไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

8. รายได้ของกลุ่มสมรสไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

9. จำนวนบุตรไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

10. ความจำเป็นในการประกอบอาชีพไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

11. โรงพยาบาลไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาครั้งนี้มีสมมติฐาน ดังนี้ คือ

1. ระดับความคิดเห็นที่ต่างกันของมารดาที่มีต่อคำแนะนำของแพทย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาไม่แตกต่างกัน

2. ระดับความคิดเห็นที่ต่างกันของมารดาที่มีต่อคำแนะนำของผู้มีประสบการณ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาไม่แตกต่างกัน

3. ระดับความคิดเห็นที่ต่างกันของมารดาที่มีต่อราคานมผงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาไม่แตกต่างกัน

4. ระดับความคิดเห็นที่ต่างกันของมารดาที่มีต่อตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาไม่แตกต่างกัน

5. ระดับความคิดเห็นที่ต่างกันของมารดาที่มีต่อระยะทางของที่ตั้งสถานที่จำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาไม่แตกต่างกัน

6. ระดับความคิดเห็นที่ต่างกันของมารดาที่มีต่อความสะดวกในการหาซื้อง่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ระดับความคิดเห็นที่ต่างกันของมารดาที่มีต่อแรงจูงใจในส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาไม่แตกต่างกัน
8. ระดับความคิดเห็นที่ต่างกันของมารดาที่มีต่อแรงจูงใจในของสมนาคุณที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาไม่แตกต่างกัน
9. ระดับความคิดเห็นที่ต่างกันของมารดาที่มีต่อประสบการณ์เดิมจากการมีบุตรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาไม่แตกต่างกัน

แนวคิดทางทฤษฎี

การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

สุชาติ (2537) กล่าวว่า เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอย โลจิสติกนับเป็นเทคนิคพิเศษของการวิเคราะห์ถดถอยปกติที่ช่วยให้ตัวแปรวัดออกมาในรูปของคำตอบที่เป็น 1 หรือ 0 ซึ่งในที่นี้กำหนดให้ Y ซึ่งเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพที่มีเพียง 2 ค่า (dichotomous variable) คือ

$$Y = \begin{cases} 1 & \text{ถ้ามารดามีการเลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารก} \\ 0 & \text{ถ้ามารดาไม่มีการเลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารก} \end{cases}$$

ส่วนตัวแปรอิสระในที่นี้จะจะเป็นปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ได้แก่ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส อาชีพ อาชีพของกลุ่มสมรส รายได้ รายได้ของกลุ่มสมรส จำนวนบุตร และความจำเป็นในการประกอบอาชีพ

การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีแบบจำลองคล้ายคลึงกับแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณทั่วไป ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

เพียงแต่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรกลุ่มเท่านั้น โดยที่ตัวแปรอิสระเป็นข้อมูลเชิงปริมาณหรือตัวแปรหุ่น สำหรับตัวแปรตามเป็นตัวแปรทวิค่าเป็น 1 หรือ 0 การที่ตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ระหว่าง 1 กับ 0 อาจ

เรียกได้ว่าเป็นค่าของความน่าจะเป็น ซึ่งการผันแปรของตัวแปรตามขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรอิสระ จึงเรียกค่าของตัวแปรตามว่าเป็นค่าความน่าจะเป็นเชิงเงื่อนไข

โดยในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา มีแบบจำลอง ดังนี้

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11})$$

โดยที่ : Y คือ การตัดสินใจเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปีของมารดา

X_1 คือ อายุ (ปี)

X_2 คือ ศาสนา

X_3 คือ ระดับการศึกษา

X_4 คือ ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส

X_5 คือ อาชีพของมารดา

X_6 คือ อาชีพของกลุ่มสมรส

X_7 คือ รายได้ต่อเดือน

X_8 คือ รายได้ของกลุ่มสมรสต่อเดือน

X_9 คือ จำนวนบุตร (คน)

X_{10} คือ ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ

X_{11} คือ โรงพยาบาล

การอ่านและตีความหมายผล

การอ่านและตีความผลที่ได้มีหลักดังนี้

1. พิจารณาเครื่องหมาย + หรือ - หน้าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว
2. พิจารณาระดับนัยสำคัญจากค่าทดสอบทางสถิติว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ

3. ทำการอ่านหรือเขียนคำพรรณนาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยไม่ต้องอ้างตัวเลขใด ๆ โดยจะใช้ค่าเครื่องหมายและนัยสำคัญที่ทดสอบเป็นหลัก

การวิเคราะห์แบบตัวแปรตาม Y มีค่าเพียง 2 ค่า (binary logistic) สามารถวิเคราะห์ได้ 2 กรณี ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีที่มีตัวแปรอิสระ 1 ตัว

สมการความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายหรือสมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง Y กับ X จะอยู่ในรูปเชิงเส้น ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon \quad (1)$$

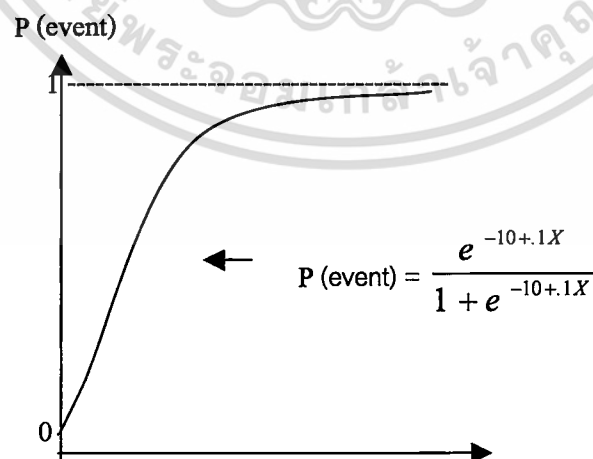
$$\text{หรือ } E(Y) = \beta_0 + \beta_1 X \quad \text{โดยที่ } -\infty < E(Y) < \infty \quad (2)$$

สำหรับในการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกนั้น เมื่อ Y มีได้เพียง 2 ค่า จะพบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง X และ Y ไม่ได้อยู่ในรูปเชิงเส้น แต่จะอยู่ในรูป

$$E(Y) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X}} \quad (3)$$

และเรียกสมการที่ (3) ว่าสมการการตอบสนองแบบ โลจิส (Logistic Response Function) โดยที่ $0 \leq E(Y) \leq 1$ หรือ $E(Y) = P(\text{event}) = P(\text{เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ เช่น ความน่าจะเป็นที่มารดามีการเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารก})$ และ $P(\text{no event}) = P(\text{เกิดเหตุการณ์ที่ไม่สนใจ เช่น ความน่าจะเป็นที่มารดาไม่มีการเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารก})$

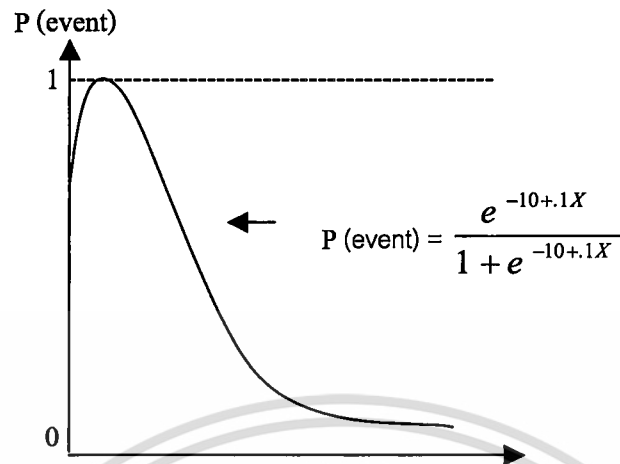
$$\text{ดังนั้น } P(\text{event}) = P(\text{มารดามีการเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารก}) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X}} \quad (4)$$



ภาพที่ 1 กราฟของโลจิส เมื่อ $\beta_1 > 0$

ที่มา: (ปรเมศร์, 2546)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 กราฟของ โลจิท เมื่อ $\beta_1 < 0$

ที่มา: (ปรเมษฐ์, 2546)

กรณีที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว

เมื่อมีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว หรือมีตัวแปรอิสระ p ตัว ($p \geq 2$) สมการการตอบสนองแบบโลจิท (Logistic Response Function) หรือสมการที่ (4) จะกลายเป็น

$$P(\text{มารดามีการเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารก}) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p}} \quad (5)$$

$$P(\text{มารดาไม่มีการเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารก}) = 1 - P(\text{มารดามีการเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารก})$$

จะพบว่าทั้งสมการที่ (4) และ (5) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระไม่ได้อยู่ในรูปเชิงเส้น จึงมีการปรับให้ความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้น โดยให้

$$\text{อัตราส่วนของโอกาส (odds)} = \frac{P(\text{มารดามีการเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารก})}{P(\text{มารดาไม่มีการเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารก})} \quad (6)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\text{ค่าลึอกของอัตราส่วนของโอกาส} = \log \left[\frac{P(\text{มารดามีการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารก})}{P(\text{มารดาไม่มีการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารก})} \right]$$

$$\text{หรือ } \log(\text{odds}) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p \quad (8)$$

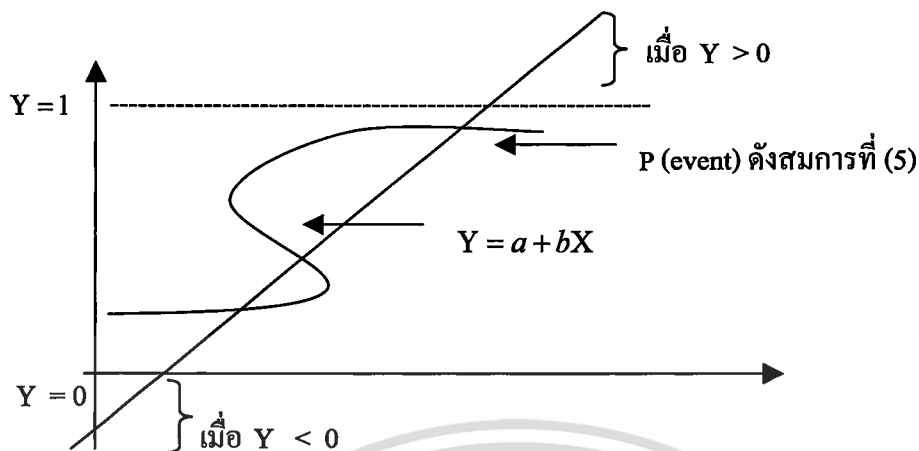
สมการที่ (8) จะอยู่ในรูปเชิงเส้น และเรียกว่า สมการการตอบสนองแบบ โลจิท (Logistic Response Function) จากอัตราส่วนของโอกาส (odds) จะพบว่า ถ้า อัตราส่วนของโอกาส (odds) ในสมการที่ (7) มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าเหตุการณ์นั้นมีโอกาสที่กิจการประสบความสำเร็จมากกว่าการล้มเลิกกิจการ

สำหรับการประมาณค่า Y เป็นการประมาณ P (มารดามีการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารก) โดยใช้สมการ (4) สำหรับการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$ ในสมการที่ (5) จะใช้วิธีความเป็นไปได้สูงสุด (maximum likelihood) ในขณะที่ในสมการความถดถอยทั่วไปจะใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดในการประมาณค่า $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$

เหตุผลที่ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิทแทนการวิเคราะห์ความถดถอยทั่วไป

1. เมื่อ Y มีได้เพียง 2 ค่า ทำให้ค่าประมาณของ Y เป็นโอกาสที่เหตุการณ์ที่สนใจจะเกิดขึ้นซึ่งมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้าใช้สมการความถดถอยเชิงเส้นปกติ คือ $Y = a + bX$ ค่า Y ใ้อาจจะไม่ได้อยู่ในช่วง 0 ถึง 1 หรือ Y อาจมีค่าน้อยกว่า 0 หรือมากกว่า 0 หรือมากกว่า 1 ดังแสดงด้วยเส้นในภาพที่ 3

2. ในการวิเคราะห์ความถดถอยทั่วไป มีเงื่อนไขว่า ค่าคลาดเคลื่อนต้องมีการแจกแจงแบบปกติ แต่เมื่อ Y มีค่าได้เพียง 2 ค่า คือ 0 กับ 1 จะทำให้ค่าคลาดเคลื่อน e มีค่าได้เพียง 2 ค่าด้วย ซึ่งเป็นไปไม่ได้ที่ e จะมีการแจกแจงแบบปกติ จึงทำให้ไม่สามารถใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบปกติได้



ภาพที่ 3 กราฟของ โลจิทที่มีค่าอยู่ในช่วง 0 ถึง 1
ที่มา: (ปรเมศร์, 2546)

3. เนื่องจากเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย คือ ค่าแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อน หรือ $V(e)$ ต้องคงที่ทุกค่าของ X แต่ในโลจิทนั้น เมื่อ Y มีค่าได้เพียง 2 ค่า และ Y มีการแจกแจงแบบเบอร์นูลลี ซึ่งทำค่าแปรปรวนและค่าเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กัน จึงทำให้เงื่อนไขที่ว่า $V(e)$ คงที่ไม่เป็นจริง ซึ่งทำให้ไม่สามารถใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบปกติได้

เงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิท

การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิท จะมีเงื่อนไขน้อยกว่าการวิเคราะห์ความถดถอยแบบปกติ แต่อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิทก็ยังมีเงื่อนไขหลายข้อ ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ X 's อาจจะเป็นข้อมูลชนิดมีได้ 2 ค่า (dichotomous) หรือเป็นสเกลอันดับภาค (interval scale) และสเกลอัตราส่วน (ratio scale) ก็ได้
2. ค่าคาดหวังของค่าคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์ หรือ $E(e) = 0$
3. e_i และ e_j เป็นอิสระกัน
4. e_i และ x_i เป็นอิสระกัน
5. ตัวแปรอิสระไม่ควรมีความสัมพันธ์กัน

การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square)

Chi-Square (λ^2) คือ เทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามในตารางข้อมูล การทดสอบ λ^2 ทำให้ทราบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบ (Systematic association) หรือไม่มี สมมติฐานหลัก (Null hypothesis) หรือ H_0 คือ ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis) หรือ H_a คือ มีความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างตัวแปร สามารถใช้ได้กับข้อมูลทุกชนิดรวมทั้งข้อมูลที่มีระดับการวัดในมาตรานามบัญญัติ (nominal scales) เช่น ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจหรือใช้แบบสอบถาม หรือข้อมูลที่ได้จากการทดสอบเป็นคะแนน แต่ปรับเป็นความถี่ได้ เป็นต้น วัตถุประสงค์ของการใช้ Chi-Square (λ^2) เพื่อพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้จากการสังเกต แตกต่างจากความถี่ที่คาดหวังหรือมีอัตราส่วนตามที่คาดหวังหรือไม่ หรือพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้จากการสังเกตมีการแจกแจงไปตามทฤษฎีที่คาดหวังหรือไม่ (คุณวุฒิ, 2545)

ขั้นตอนในการทดสอบสมมติฐาน

1. ตั้งสมมติฐานหลักและสมมติฐานรอง ดังนี้

ถ้ากำหนดให้ A_1, A_2, \dots, A_k เป็นเหตุการณ์ของการทดสอบหนึ่ง ถ้าอยากทราบว่าโดยทั่ว ๆ ไปว่าการเกิดขึ้นของเหตุการณ์ A_1, A_2, \dots, A_k เท่ากับ $a_1: a_2: \dots : a_k$ หรือไม่ จะสามารถทำการวิเคราะห์สมมติฐาน ดังนี้

$H_0: A_1, A_2, \dots, A_k = a_1: a_2: \dots : a_k$

$H_1: \text{อัตราส่วนของเหตุการณ์ } A_1, A_2, \dots, A_k \text{ ไม่เป็นไปตามทฤษฎีหรือ } H_0 \text{ ที่ตั้งไว้}$

2. กำหนดระดับนัยสำคัญ α

3. คำนวณค่าสถิติทดสอบ โดยที่ตัวสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ

$$\lambda^2 = \frac{\sum (O-E)^2}{E}, df = n-1$$

λ^2 = ค่าไคสแควร์

O = ความถี่ที่สังเกตได้

E = ความถี่ที่คาดหวัง

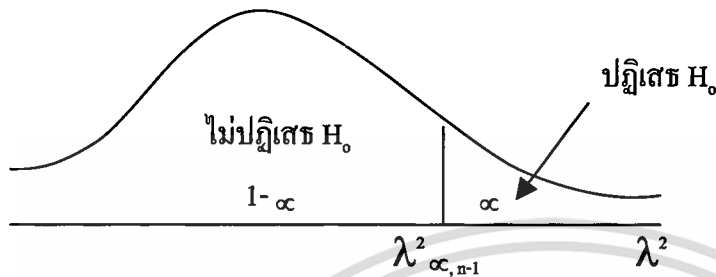
n = จำนวนกลุ่มของเหตุการณ์

* แทนค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

** แทนค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. เขตวิกฤตในการทดสอบสมมติฐาน คือ $\lambda^2_{\alpha, n-1}$ โดยปฏิเสธ H_0 ถ้า λ^2 คำนวณ $> \lambda^2_{\alpha, n-1}$



ภาพที่ 4 การทดสอบค่าไคสแควร์

ที่มา: (ภุณชาติ, 2545)

5. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การอ่านและตีความหมายผล

การอ่านค่าตารางไคสแควร์ ต้องคำนึงถึงชั้นแห่งความเป็นอิสระ ดังนี้

1. ข้อมูลที่มี 1 มิติ และมี n ประเภท (categories) ได้แก่ตารางแจกแจงความถี่ที่มี n ชั้น หรือคำตอบ n เรื่อง แต่ละเรื่องมีความถี่ของตนเอง ไม่เกี่ยวข้องกัน จำนวนชั้นแห่งความเป็นอิสระ คือ $df = (n-1)$

2. ข้อมูลที่มีคุณสมบัติเป็น 2 มิติ ได้แก่ตารางการฉกจร (contingency table) มี r แถว (row) และ c สดมภ์ (column) เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลทั้ง 2 ตัวแปร ชั้นแห่งความเป็นอิสระ คือ $df = (r-1)(c-1)$

3. ถ้ามีการจำกัด (restriction) การคำนวณใด ๆ เพิ่มขึ้นจากการคำนวณค่า λ^2 ตามธรรมดา ชั้นแห่งความเป็นอิสระลดลงไปตามจำนวนสิ่งที่จำกัดไว้ เช่น ตามธรรมดาแล้วชั้นแห่งความเป็นอิสระในข้อ 1 เป็น $(n-1)$ แต่ถ้าจำกัดลงไปว่า ในการคำนวณค่า λ^2 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ ต้องคำนวณค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากข้อมูลด้วย ชั้นแห่งความเป็นอิสระเหลือ $(n-1) - 2 = (n-3)$ เป็นต้น

ข้อควรระวังในการหาชั้นแห่งความเป็นอิสระเพื่ออ่านค่า λ^2 คือ n ในที่นี้คือ จำนวนชั้นหรือรายการของความถี่ ไม่ใช่ผลรวมของความถี่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อจำกัดของการทดสอบไคสแควร์

ในการทดสอบไคสแควร์จะมีประสิทธิภาพ เมื่อมีข้อกำหนดสำหรับการทดสอบ ดังนี้

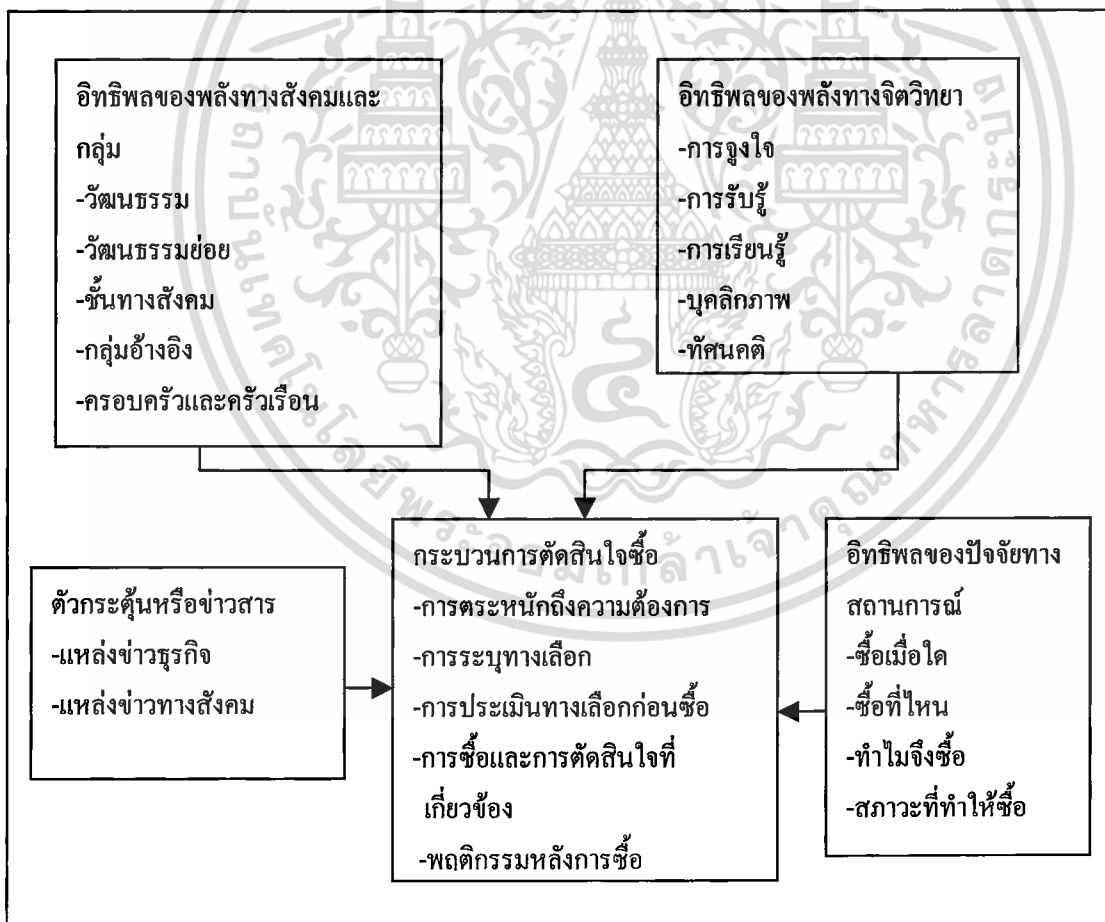
1. จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนตัวอย่างควรมีขนาดใหญ่ คือ ไม่ต่ำกว่า 50
2. ค่าความถี่คาดหวังในแต่ละกลุ่ม (E_i) ไม่ควรมีค่าน้อยเกินไป คือ ไม่ควรต่ำกว่า 5 ถ้าพบว่ามีกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีค่าน้อยกว่า 5 อาจแก้ไขได้ดังนี้

2.1 เพิ่มจำนวนตัวอย่างให้มากขึ้นจะทำให้ค่า E_i เพิ่มขึ้น

2.2 รวมกลุ่มที่อยู่ติดกันเข้าด้วยกันจนกระทั่งค่า $E_i \geq 5$ แต่วิธีนี้จะต้องไม่ทำให้เสีย

ความหมายของกลุ่ม

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Processes)



ภาพที่ 5 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพล

ที่มา: (อดุลย์, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวแปรที่ก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจ

การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลและปรับรูปแบบได้โดยปัจจัยและตัวกำหนดหลายอย่างที่สามารถจัดกลุ่มได้สี่กลุ่ม ดังนี้

1. ตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาด หรือข่าวสารทางการตลาด
2. อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม
3. ความแตกต่างของบุคคล
4. กระบวนการทางจิตวิทยา

1. ตัวกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli)

เป็นตัวแปรที่นักการตลาดสามารถควบคุมได้ ตัวแปรชนิดนี้จะพิจารณาแยกกันแต่จะพิจารณารวมไปกับตัวแปรอื่น ตัวกระตุ้นดังกล่าวคือ 4P's นั่นเอง ดังอธิบายในรายละเอียด ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ใหม่และสลับซับซ้อนต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง นักการตลาดควรเสนอทางเลือกที่ง่ายกว่า ผู้บริโภคมีความคุ้นเคย เพื่อให้ผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเสาะแสวงหาทางเลือกอย่างกว้างขวาง

รูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค หีบห่อที่สะดุดตา อาจทำให้ผู้บริโภคเลือกไว้เพื่อพิจารณา ประเมินเพื่อการตัดสินใจซื้อ ป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินสินค้าเช่นกัน สินค้าคุณภาพสูงหรือสินค้าที่ปรับเข้ากับความต้องการบางอย่างของผู้ซื้อจะมีอิทธิพลต่อการซื้อด้วย

ราคา (Pricing)

ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อที่ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อย ลดต้น
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุนการซื้อ หรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่น ๆ นอกจากนี้ราคายังเป็นเครื่องประเมินคุณค่า (Value) ของผู้บริโภค ซึ่งจะติดตามด้วยการซื้อ

ช่องทางการจำหน่าย (Placement-Channel of Distribution)

กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ สินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมิน ประเภทของช่องทางที่นำเสนออาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์

การส่งเสริมการตลาด (Promotion-Marketing Communication)

การส่งเสริมการตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ เมื่อได้ข่าวสารหลังการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

2. อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม

ผู้บริโภคอาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีความสลับซับซ้อน กระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้รับจากวัฒนธรรม ชั้นทางสังคม อิทธิพลจากตัวบุคคล เป็นต้น

3. อิทธิพลและความแตกต่างของตัวบุคคล

เป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมีความแตกต่างกันที่ทรัพยากรมนุษย์และความรู้ของผู้บริโภค การสนใจ ทัศนคติ บุคลิกภาพ และแบบของการใช้ชีวิต (Lifestyle)

4. กระบวนการทางจิตวิทยา

กระบวนการทางจิตวิทยามีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย การดำเนินการวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร การเรียนรู้ (อคุลย์, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

สภาพทั่วไปของตลาดนมผง

ความหมายของนมผง

นมผง คือ นมสดที่ผ่านกระบวนการระเหยน้ำออกจนหมดกลายเป็นนมผงที่มีคุณค่าของนมเหลืออยู่มากแม้จะไม่ครบถ้วน นมผงเมื่อนำมาละลายน้ำจะเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนน้ำนมแม่ ส่วนนมผงดัดแปลง คือ นมที่ทำขึ้นเพื่อให้เหมาะสมสำหรับเลี้ยงทารกหรือเด็กอ่อน โดยเฉพาะ อาจมีลักษณะเป็นผง หรือน้ำ หรือข้นก็ได้ แต่จะต้องมีส่วนประกอบตามมาตรฐานที่ใช้เลี้ยงทารกได้ โดยการเติมโปรตีน น้ำตาล วิตามิน และธาตุอาหารที่จำเป็นสำหรับเด็กอ่อน

นมผงดัดแปลงสำหรับทารกมีหลายประเภท สามารถแบ่งตามความจำเป็นในการบริโภคหรือตามอายุได้ 3 ประเภท ซึ่งแต่ละประเภทจะมีสูตรที่แตกต่างกันซึ่งเหมาะสำหรับเลี้ยงทารกในแต่ละวัย ดังนี้

1. นมผงดัดแปลงสำหรับทารก (modified milk powder for infant) เป็นนมดัดแปลงที่มีจุดมุ่งหมายใช้เลี้ยงทารกแรกเกิดจนครบ 12 เดือน
2. นมผงดัดแปลงสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็ก (follow up/follow on formula for infant and young child) เป็นนมดัดแปลงที่มีจุดมุ่งหมายสำหรับเลี้ยงทารกและเด็กเล็กที่มีอายุตั้งแต่ 6 เดือนถึงครบ 3 ปี
3. นมผงธรรมชาติ (full cream milk powder) เหมาะสำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป และผู้บริโภคทั่วไป

ความรู้เกี่ยวกับนมผงที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน

ประเทศไทยนำเข้านมผงสำเร็จรูปจากต่างประเทศ จากประเทศนิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ และเยอรมัน 2 ประเภท คือ นมผงขาดมันเนยและนมผงขาดไขมันเนย เนื่องจากปริมาณน้ำนมดิบที่ผลิตได้ในประเทศไม่เพียงพอเพราะถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มและนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม และต้นทุนการผลิตนมผงในประเทศมีราคาสูงกว่าการนำเข้า นมผงที่นำเข้าจะนำมาผลิตเป็นนมผงดัดแปลงสำหรับทารก โดยผู้ผลิตจำนวน 2 ราย (ตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้แบ่งบรรจุ 5 ราย (ตารางที่ 4) และผู้นำเข้านมผงสำเร็จรูปจากต่างประเทศ จำนวน 6 ราย (ตารางที่ 5) ดังนี้

ตารางที่ 3 รายชื่อบริษัทที่ทำการผลิตนมผงดัดแปลงสำหรับทารกในประเทศไทย

บริษัท	ตราที่ผลิต
บริษัท เนสเล่ท์ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด	นมผงปรุงแต่งรสน้ำผึ้งตราหมีฟรีโบ โอวัน นมผงปรุงแต่งตราหมีซูเปอร์คิด 3 พลัส
บริษัท มีด จอห์นสัน (ประเทศไทย) จำกัด	เล็กโตเย็นโกลด์ 2 นมผงปรุงแต่งกลิ่นวานิลลาตราคานะชั้น นมผงตราเอ็นฟาโกร นมผงตราเอ็นฟาโปร นมผงตราเอ็นฟาเล็ก นมผงตราอะเล็กต้า

ที่มา: (กรมการค้าภายใน, 2546)

ตารางที่ 4 รายชื่อผู้นำเข้านมผงดูใหญ่ (Bulk) จากต่างประเทศมาแบ่งบรรจุใหม่

บริษัท	ตราสินค้า
บริษัท ดูเม็กซ์ จำกัด	ตราดูเม็กซ์ ตราดูมิลล์ ตราดูเม็กซ์ 1 พลัส
บริษัท เนสเล่ท์โปรดักท์ส (ไทยแลนด์) อินค์ จำกัด	ตราเนสโปร ตราหมีชนิดจืด ตราหมีไฮแคลเซียม
บริษัท อุตสาหกรรมนมไทย จำกัด	ตรามะลิ
บริษัท มิซันเฮลท์ฟู้ดส์ จำกัด	ตรามิซัน
บริษัท บรอกกันเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	ตราบรองโก

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2546)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 รายชื่อบริษัทผู้นำเข้านมผงสำเร็จรูปจำนวน 6 ราย ในประเทศไทย

บริษัท	ตราสินค้า
บริษัท เนสเล่ท์โปรดักท์ส (ไทยแลนด์) อินค์ จำกัด	ตราหมี1พลัส ตราเล็กโตเย็นโกลด์ แนน1 และ แนน2
บริษัท ไวลท เอเยิรส์ท์ (ประเทศไทย) จำกัด	ตราเอส 26 โปรมิล
บริษัท สโนว์เบอร์นด์ สยาม จำกัด	ตราสโนว์แอล ตราสโนว์เอฟพลัส
บริษัท แอ็บบอตลาบอแรตอริส จำกัด	ตราซิมิเล็กแอ็ดวานส์ ตราแกนแอ็ดวานส์
บริษัท เอ็น แซคมิลล์โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด	ตราแองเคอร์ ตราแอนลิน
บริษัท โฟโมสต์อินเตอร์เนชันแนลฟู้ดส์ (ไทย) จำกัด	ตราพีไซส์เล็ก 1 และ 2

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2546)

การเติบโตของตลาดนมผง

ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2539 ตลาดนมผงมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยระหว่างร้อยละ 10-15 มีมูลค่าการตลาดประมาณ 10,000 ล้านบาท เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยมีเศรษฐกิจดี ประกอบกับรัฐบาลส่งเสริมให้ประชาชนหันมาดื่มนมมากยิ่งขึ้น และประชาชนมีความจำเป็นต้องออกมาทำงานนอกบ้านจึงต้องนำนมผงเลี้ยงทารกและเด็กเล็ก ในปี พ.ศ. 2540 ถึง 2545 (ได้มีการประกาศใช้นโยบายการใช้เงินบาทแบบลอยตัว ประกอบกับค่าเงินบาทอ่อนตัวลงไปมากส่งผลกระทบต่อมูลค่าการนำเข้าของสินค้าต่าง ๆ ของประเทศไทย รวมถึงราคาการนำเข้านมผง) ราคานมผงได้เพิ่มสูงขึ้น ทำให้มูลค่าทางการตลาดของนมผงมีการขยายตัวลดลงทุกปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545) อย่างไรก็ตาม ปี พ.ศ. 2546 นี้มูลค่าการนำเข้านมผงได้เพิ่มขึ้น (ตารางที่ 6) แสดงให้เห็นว่า มีการขยายตัวของตลาดนมผงอีกครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 มูลค่าการนำเข้านมผงของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 (ม.ค. - พ.ย.) (ล้านบาท)

รายการ	ปี พ.ศ.				
	2542	2543	2544	2545	2546
นมผง	12,187.90	8,230.00	8,008.00	7,659.02	11,871.90

ที่มา: (ศูนย์ประสานการส่งออก-นำเข้าสินค้า, 2546)

สภาพตลาดปัจจุบันของนมผงดัดแปลงสำหรับทารกในประเทศไทย

ตลาดนมผงจัดเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2542) มีผู้ผลิต ผู้นำเข้ามาราย ตรายนมผงดัดแปลงสำหรับทารกที่มีในท้องตลาดในปัจจุบันมีประมาณ 30 ตราย ในลักษณะการบรรจุในกระป๋อง กล่อง หรือถุงพอยส์ ตามขนาดต่าง ๆ อย่างหลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ อย่างไรก็ตาม นมผงเป็นสินค้าที่มีความเชื่อถือในตราสินค้าสูง นั่นคือผู้บริโภคมีความภักดีในตราสินค้าที่ค่อนข้างสูง หรือเรียกว่า Brand loyalty (กระทรวงพาณิชย์, 2546) ฉะนั้น ตราสินค้าของนมผงชนิดใหม่ที่ต้องการเข้าสู่ตลาดจะเป็นได้ค่อนข้างยาก ต้นทุนในการผลิตที่ค่อนข้างสูงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัย อีกทั้งต้องการบุคลากรที่มีความรู้ทางเทคนิคสูง บริษัทที่เข้ามาประกอบธุรกิจนมผงดัดแปลงสำหรับทารกที่สำคัญ ได้แก่ บริษัท มีดจอห์นสัน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทเนสเล่ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทแอ็บบอตลาบอแรตอลิส จำกัด โดยเข้าไปทำการตลาดในโรงพยาบาล และมีตัวแทนจำหน่ายโดยทั่วไปซึ่งในปัจจุบันนี้ แต่ละบริษัทจะต้องมีกลวิธีในการเข้าถึงผู้บริโภคที่มีรายละเอียดปลีกย่อยแตกต่างกันไป

สภาพการแข่งขันของตลาดนมผงดัดแปลงสำหรับทารกในประเทศไทย

การแข่งขันในตลาดนมผงดัดแปลงสำหรับทารกของไทยนั้นเป็นไปอย่างรุนแรง เพราะมีคู่แข่งที่มีทั้งความมั่นคงทางธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน (กรมการค้าภายใน, 2545) ฉะนั้นแต่ละบริษัทจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพที่ครบถ้วนทางด้านโภชนาการ และราคาที่อยู่ในเกณฑ์ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความสามารถในการเลือกซื้อได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์นมผงดัดแปลงสำหรับทารกในปัจจุบันมีอยู่มากมายหลายชนิดด้วยกัน ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์มีการบรรจุหีบห่อที่ดูน่าสนใจและเป็นທີ່จดจำได้ง่ายของผู้บริโภค มีขนาดให้เลือกหลากหลายตามความต้องการของลูกค้าโดยทั่วไป รวมทั้งมีข้อมูลทางด้านโภชนาการติดไว้ที่หีบห่ออีกด้วย ถือว่าเป็นการเสริมสร้างให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น บริษัทต่าง ๆ ยังมีความรับผิดชอบต่อตัวผลิตภัณฑ์โดยการให้เบอร์โทรศัพท์ในการติดต่อแก่ผู้ซื้อซึ่งเรียกว่าส่วนลูกค้าสัมพันธ์ หากผู้บริโภคมีปัญหาหรือข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ โดยจะมีทั้งส่วนลูกค้าสัมพันธ์ในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด

การแข่งขันด้านราคา

ราคาของนมผงดัดแปลงสำหรับทารกมีมากมายหลายราคาทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ ซึ่งราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ไม่แตกต่างกันมากนักเพราะมีการแข่งขันกันในด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า และปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาของผลิตภัณฑ์สถานที่ในการวางจำหน่าย และตัวแทนจำหน่าย รวมถึงโรงพยาบาลที่มีการประมูลในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารก (กรมการค้าภายใน, 2545)

การแข่งขันด้านการส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากรัฐบาลมีข้อห้ามในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมทางการตลาดของแต่ละบริษัทผู้ผลิตนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี จึงจำเป็นที่จะต้องเข้าไปติดต่อกับทางโรงพยาบาลโดยตรง โดยมีการประมูลซึ่งในด้านนี้ต้องเป็นไปตามนโยบายของทางโรงพยาบาล (โรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี, 2546) นอกจากนี้ นายแพทย์มีส่วนสำคัญในการที่จะแนะนำผลิตภัณฑ์นมผงให้แก่มารดา แต่ละบริษัทจึงมีวิธีการที่ให้ตัวแทนจำหน่ายเข้ามาทำหน้าที่ในส่วนนี้ และมีการวางจำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ ที่สะดวกซื้อ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีวิธีการส่งเสริมโดยทางอ้อมซึ่งมิใช่เป็นการโฆษณา ประกอบด้วย การจัดทำคู่มือแม่และเด็ก คู่มือการเลี้ยงทารก การเสนอบทความที่เขียน โดยกุมารแพทย์ หรือหนังสือนิทาน แจกแก่ผู้หญิงที่มาคลอดบุตร การจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพแม่และเด็ก หรือจัดพิมพ์นิตยสารคู่มือแจกแก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หญิงที่มาฝากครรภ์ หรือมาตรวจครรภ์ที่โรงพยาบาล โดยสอดแทรกเฉพาะ ชื่อ-ที่อยู่ของบริษัทผู้ผลิต ผู้จำหน่ายไว้ในรูปเล่มหรือใบปลิว เพื่อเป็นการแนะนำสินค้าอีกทางหนึ่งด้วย

การแข่งขันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทมีช่องทางที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการประมูลเข้าไปในแต่ละโรงพยาบาล มีตัวแทนจำหน่ายซึ่งจำเป็นต้องมีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ทำการวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำทั่วไป เช่น ที่อป ฟู้ดแลนด์ จัส โก้ วิลล่า เดอะมอลล์กรุ๊ป ฟู้ดโลออน ตั้งฮั่วเส็ง และบางลำพู เป็นต้น ร้านค้าส่งราคาถูก เช่น เทสโก้ โลตัส คาร์ฟูล แมคโคร และบิกซี เป็นต้น ร้านค้าปลีกและร้านสะดวกซื้อโดยทั่วไป เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น และ แฟมิลี่ มาร์ท เป็นต้น

นมผงกับการคุ้มครองผู้บริโภค

สินค้านมผงเป็นสินค้าควบคุมตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการปี พ.ศ. 2542 โดยกรมการค้าภายใน มีมาตรการที่สำคัญประกอบด้วย

(1) มาตรการการบริหาร โดยขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการ คือ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้แทนจำหน่าย ให้แจ้งการตั้งราคา หรือการปรับราคาสินค้าต่อกรมการค้าภายในทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วันทำการ ก่อนที่จะมีการนำสินค้าออกจำหน่ายซึ่งจะพิจารณาให้ปรับราคาสูงขึ้นตามภาระต้นทุน ที่สูงขึ้นจริงเท่านั้น

(2) มาตรการกฎหมาย กำหนดมาตรการการบังคับทางกฎหมายให้ผู้จำหน่ายปลีกต้องปิดป้ายราคาจำหน่ายในลักษณะที่เห็นได้ชัดเจนและเปิดเผย

การเปิดตลาดนำเข้านมผงเพิ่มเติม ปี พ.ศ. 2546

คณะรัฐมนตรีอนุมัติตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เสนอให้เปิดตลาดนำเข้านมผงเพิ่มเติม ปี พ.ศ. 2546 จำนวน 13,401.11 ตัน และให้ปรับลดอัตราภาษีในโควตานำเข้านมผงจากที่เสนอให้เต็มร้อยละ 20 ลดลงเหลือร้อยละ 5 ตลาดนำเข้านมผงในปี พ.ศ. 2546 คือ 53,888.89 ตัน อัตราภาษีนำเข้าในโควตาร้อยละ 20 และอัตราภาษีนำเข้านอกโควตาร้อยละ 218.4 ทั้งนี้ โควตานำเข้านมผงจะไม่จัดให้ผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม เนื่องจากนํ้านมดิบที่ผลิตในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศมีปริมาณเพียงพอ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้พิจารณาจัดสรรโควตาให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ ดังนี้ กลุ่มนิติบุคคลผู้ผลิตนมข้น กลุ่มนิติบุคคลผู้ประกอบการแปรรูปอาหารนมอื่น กลุ่มนิติบุคคลผู้ผลิตเพื่อการส่งออก และกลุ่มนิติบุคคลผู้ผลิตนมผงเลี้ยงทารก

สรุป

ประเทศไทยนำเข้านมผงมาจากต่างประเทศทั้งสิ้น เนื่องจากต้นทุนในการผลิตที่สูง โดยนำมาแบ่งบรรจุเอง และนำเข้าแบบสำเร็จรูป ผู้ประกอบการนำนมผงมาใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ มากมายทำให้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ทำให้เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง รวมไปถึงตลาดนมผงดัดแปลงสำหรับทารกด้วย ในด้านผลิตภัณฑ์ที่แต่ละบริษัทต้องผลิตออกมามีหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้านราคาไม่มีความแตกต่างกันมากนักทั้งนี้จะเน้นตัวผลิตภัณฑ์มากกว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากมีข้อห้ามในการโฆษณาผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงทำการโฆษณาโดยอ้อม เช่น การจัดทำคู่มือแม่และเด็ก โดยแทรกที่อยู่ผู้ผลิตไว้ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่จะวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป รวมถึงเข้าไปประมูลในโรงพยาบาล เนื่องเป็นสินค้าควบคุมจึงมีการกำหนดพระราชบัญญัติเรื่องราคาและการบริการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา จะเป็นการนำเสนอข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ซึ่งผลการศึกษาเป็นดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ผลการสำรวจความคิดเห็นในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในเขตคันทนาเยาว กรุงเทพมหานคร จำนวน 150 คน จากโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี ซึ่งเป็นโรงพยาบาลของรัฐบาล โรงพยาบาลสินแพทย์ และโรงพยาบาลศรีสยาม ซึ่งเป็นโรงพยาบาลของเอกชน พบว่ามีรายละเอียดดังนี้

การเลือกใช้

สำหรับการศึกษานี้ต้องการทราบว่า หลังจากที่มารดาคลอดบุตรแล้ว มารดาจะใช้นมผงดัดแปลงหรือใช้น้ำนมตนเองให้แก่ทารก ผลการศึกษาพบว่ามารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.67) มีการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ส่วนที่เหลือไม่เลือกใช้ (ร้อยละ 23.33) โดยการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลของรัฐบาล ส่วนใหญ่ไม่เลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี และมารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลของเอกชนส่วนใหญ่มีการเลือกใช้ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี (ร้อยละ)

การเลือกใช้	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
ไม่ใช้	52.00	12.00	10.00	24.00
ใช้	48.00	88.00	90.00	76.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 25.57, DF = 2, P-Value = 0.00

อายุ

การศึกษาครั้งนี้ แบ่งอายุของมารดาออกเป็น 4 ช่วงอายุ คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-25 ปี อายุ 26-30 ปี และอายุมากกว่า 30 ปี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่พบคือมารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 42) มีอายุอยู่ในช่วง 20-25 ปี รองลงมาอายุ 26-30 ปี (ร้อยละ 31.33) อายุมากกว่า 30 ปี (ร้อยละ 16.67) และอายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 10) โดยอายุของมารดาระหว่างโรงพยาบาลไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี โรงพยาบาลสินแพทย์และโรงพยาบาลศรีสยาม ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-25 ปี (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามอายุ (ร้อยละ)

อายุ	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
ต่ำกว่า 20	12.00	8.00	10.00	10.00
20 - 25 ปี	44.00	44.00	39.00	42.00
26 - 30 ปี	18.00	38.00	37.00	31.33
มากกว่า 30 ปี	26.00	10.00	14.00	16.67
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 9.10, DF = 6, P-Value = 0.17

ศาสนา

ศาสนาที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา คือ ศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์และอิสลาม กลุ่มตัวอย่างที่พบคือมารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64.67) ที่นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาศาสนาอิสลาม (ร้อยละ 35.33) และไม่พบกลุ่มตัวอย่างที่นับถือศาสนาอื่น ๆ ผลการศึกษาพบว่า ศาสนาของมารดาระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรใน โรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานีส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ขณะที่มารดาที่คลอดบุตรใน โรงพยาบาลสินแพทย์และศรีสยามส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามศาสนา (ร้อยละ)

ศาสนา	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
พุทธ	48.00	78.00	66.00	64.67
อิสลาม	52.00	22.00	34.00	35.33
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 8.64, DF = 2, P-Value = 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาของมารดาในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา หรือปวช. อนุปริญญาหรือปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 42.67) คือมารดาที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาหรือปวช. รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 30.66) ระดับอนุปริญญาหรือปวส. (ร้อยละ 26.67) และไม่พบกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยระดับการศึกษาของมารดา ระหว่างโรงพยาบาล ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี ในโรงพยาบาลสินแพทย์ และโรงพยาบาลศรีสยามส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามระดับการศึกษา (ร้อยละ)

ระดับการศึกษา	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา/ปวช.	26.00	18.00	22.00	42.67
อนุปริญญา/ปวส.	42.00	60.00	42.00	26.67
ปริญญาตรี	32.00	22.00	36.00	30.66
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 18.68, DF = 6, P-Value = 0.06

ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส

ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรสของมารดาสำหรับการศึกษาคั้งนี้ แบ่งเป็น 4 ระดับ เช่นเดียวกับระดับการศึกษาของมารดา ผลการศึกษาพบว่า มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 42.67) มีคู่สมรสจบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา มีคู่สมรสจบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. (ร้อยละ 33.33) จบการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาหรือปวช. (ร้อยละ 20.67) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 3.33) ตามลำดับ โดยระดับการศึกษาของกลุ่มสมรสระหว่างโรงพยาบาล ไม่มีความแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี โรงพยาบาลสินแพทย์ และโรงพยาบาลศรีสยามส่วนใหญ่มีคู่สมรสที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามระดับการศึกษาของคู่สมรส (ร้อยละ)

ระดับการศึกษาของคู่สมรส	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตนราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา/ปวช.	10.00	26.00	14.00	20.67
อนุปริญญา/ปวส.	28.00	34.00	38.00	33.33
ปริญญาตรี	54.00	38.00	48.00	42.67
สูงกว่าปริญญาตรี	8.00	2.00	1.00	3.33
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 22.15, DF = 6, P-Value = 0.15

อาชีพ

อาชีพ หมายถึง อาชีพของมารดา ได้แก่ อาชีพรับราชการ รับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจ กิจการส่วนตัวและเรียนหนังสือหรือไม่ได้ประกอบอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52) เป็นมารดาที่ประกอบอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจ รองลงมาเรียนหนังสือหรือไม่ได้ประกอบอาชีพ (ร้อยละ 27.33) ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว (ร้อยละ 13.33) และประกอบอาชีพรับราชการ (ร้อยละ 7.33) ตามลำดับ โดยอาชีพของมารดาระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีและศรีสยาม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจ และมารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลสินแพทย์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ (ตารางที่ 12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามอาชีพ (ร้อยละ)

อาชีพ	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
รับราชการ	10.00	48.00	4.00	7.33
รับจ้าง/พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ	50.00	20.00	46.00	48.00
กิจการส่วนตัว	6.00	12.00	22.00	13.33
เรียนหนังสือ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	34.00	20.00	28.00	27.33
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 8.98, DF = 6, P-Value = 0.02

อาชีพของกลุ่มมารดา

อาชีพของกลุ่มมารดา หมายถึง อาชีพของกลุ่มมารดาของมารดา ได้แก่ อาชีพรับราชการ รับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจ กิจการส่วนตัวและไม่ได้ประกอบอาชีพ ผลการศึกษาพบว่ามารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.33) มีกลุ่มมารดาประกอบอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจ รองลงมาประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว (ร้อยละ 22.67) ประกอบอาชีพรับราชการ (ร้อยละ 12) และไม่พบมารดาที่มีกลุ่มมารดาไม่ได้ประกอบอาชีพ โดยอาชีพของกลุ่มมารดาของมารดาระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานีและสินแพทย์ส่วนใหญ่มีกลุ่มมารดาประกอบอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลศรีสยามส่วนใหญ่มีกลุ่มมารดาประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามอาชีพของกลุ่มมารดา (ร้อยละ)

อาชีพของกลุ่มมารดา	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
รับราชการ	14.00	12.00	10.00	12.00
รับจ้าง/พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ	58.00	70.00	22.00	65.33
กิจการส่วนตัว	28.00	18.00	68.00	22.67
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 23.92, DF = 3, P-Value = 0.00

รายได้

รายได้ หมายถึง รายได้หรือผลตอบแทนเป็นตัวเงินที่มารดาได้จากการประกอบอาชีพในการศึกษารั้งนี้แบ่งรายได้เป็น 4 ช่วง ได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และสูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 46.67) เป็นมารดาที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รองลงมา มีรายได้ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 35.33) และมีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 18) ตามลำดับ โดยรายได้ของมารดาระหว่างโรงพยาบาลไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรใน โรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี โรงพยาบาลสินแพทย์ และโรงพยาบาลศรีสยาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามรายได้ (ร้อยละ)

รายได้	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตนราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	70.00	44.00	36.00	46.67
10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน	26.00	40.00	30.00	35.33
20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน	4.00	16.00	34.00	18.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 24.25, DF = 4, P-Value = 0.08

รายได้ของกลุ่มมารดา

รายได้ของกลุ่มมารดา หมายถึง ผลตอบแทนเป็นตัวเงินที่กลุ่มมารดาของมารดาได้จากการประกอบอาชีพ ซึ่งแบ่งรายได้เป็น 4 ช่วงเช่นเดียวกับรายได้ของมารดา ผลการศึกษาพบว่า มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64) มีกลุ่มมารดาที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รองลงมา มีรายได้ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 25.33) รายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 8.67) และมีเพียงเล็กน้อย (ร้อยละ 2) ที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน โดยรายได้ของกลุ่มมารดาของมารดา ระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาล นพรัตนราชธานีส่วนใหญ่มีกลุ่มมารดาที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลสินแพทย์ส่วนใหญ่มีกลุ่มมารดาที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน และมารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลศรีสยามส่วนใหญ่มีกลุ่มมารดาที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามรายได้ของคู่สมรส (ร้อยละ)

รายได้ของคู่สมรส	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	54.00	22.00	12.00	64.00
10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน	26.00	68.00	28.00	25.33
20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน	16.00	10.00	70.00	8.67
สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน	4.00	2.00	20.00	2.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 11.09, DF = 6, P-Value = 0.04

จำนวนบุตร

สำหรับการศึกษานี้ ต้องการทราบจำนวนบุตรที่อยู่ในความอุปการะของมารดากลุ่มตัวอย่างว่าเป็นจำนวนเท่าใด ทั้งนี้ไม่รวมทารกแรกคลอดคนปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 45.33) มีจำนวนบุตร 1 คน รองลงมาไม่มีบุตร (ร้อยละ 26) มีบุตร 2 คน (ร้อยละ 24) และมีบุตรมากกว่า 2 คน (ร้อยละ 4.67) ตามลำดับ โดยจำนวนบุตรของมารดาระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี ส่วนใหญ่ มีบุตรแล้วจำนวน 2 คน มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลสินแพทย์และศรีสยาม ส่วนใหญ่ มีบุตรแล้วจำนวน 1 คน (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามจำนวนบุตร (ร้อยละ)

จำนวนบุตร	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
ไม่มีบุตร	14.00	36.00	28.00	26.00
1 คน	36.00	52.00	48.00	45.33
2 คน	44.00	8.00	20.00	24.00
มากกว่า 2 คน	6.00	4.00	4.00	4.67
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 20.58, DF = 6, P-Value = 0.01

ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ

ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ หมายถึง ความจำเป็นของมารดาในการที่ต้องทำงานทันทีหลังครบกำหนดการคลอดแล้วหรืออาจยังไม่ครบกำหนดก็ตาม ผลการศึกษาพบว่า มารดาที่เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60) มีความจำเป็นในการประกอบอาชีพ ส่วนที่เหลือ (ร้อยละ 40) ไม่มีความจำเป็นในการประกอบอาชีพ โดยความจำเป็นในการประกอบอาชีพของมารดาระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานีส่วนใหญ่ไม่มีความจำเป็นในการประกอบอาชีพ ส่วนโรงพยาบาลสินแพทย์และศรีสยามส่วนใหญ่มารดาที่มีความจำเป็นในการประกอบอาชีพ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 การแจกแจงประเภทของมารดาโดยแบ่งตามความจำเป็นในการประกอบอาชีพ
(ร้อยละ)

ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
ไม่จำเป็น	52.00	40.00	18.00	40.00
จำเป็น	48.00	60.00	82.00	60.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Chi-Square = 15.17, DF = 2, P-Value = 0.01

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี
ของมารดา

ปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ได้แก่ อายุ ศาสนา พุทธ ระดับการศึกษา ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส อาชีพรับราชการของมารดา อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของมารดา อาชีพกิจการส่วนตัวของกลุ่มสมรส อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของกลุ่มสมรส รายได้ รายได้ของกลุ่มสมรส จำนวนบุตร ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ โรงพยาบาลของรัฐบาล และโรงพยาบาลของเอกชน ในการทดสอบว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาดังกล่าว จะใช้เทคนิค Binary Logistic Regression ผลการวิเคราะห์ (ภาคผนวก ข) มีดังนี้

$$\begin{aligned}
 Y &= 3.518 - 0.04145X_1 - 0.3108X_2 + 0.3603X_3 - 0.4703X_4 - 1.7052X_5 \\
 &\quad (-0.69)^{NS} \quad (-0.48)^{**} \quad (1.10)^{NS} \quad (-1.04)^{NS} \quad (-2.23)^{**} \\
 &\quad + 1.6210X_6 + 1.4248X_7 - 2.0537X_8 + 0.003536X_9 + 0.3521X_{10} \\
 &\quad (2.64)^{**} \quad (2.04)^{**} \quad (-2.45)^* \quad (0.77)^{NS} \quad (1.92)^{**} \\
 &\quad - 1.070X_{11} + 0.6485X_{12} - 2.7001X_{13} + 0.3783X_{14} \\
 &\quad (0.95)^* \quad (1.11)^{**} \quad (-3.88)^{**} \quad (0.45)^{**}
 \end{aligned}$$

$$n = 150 \quad G = 55.00^{**}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวเลขในวงเล็บคือ z-value ของสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่าง ๆ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

NS ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

กำหนดให้	X_1	คือ อายุ
	X_2	คือ ศาสนาพุทธ
	X_3	คือ ระดับการศึกษาของมารดา
	X_4	คือ ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส
	X_5	คือ อาชีพรับราชการของมารดา
	X_6	คือ อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของมารดา
	X_7	คือ อาชีพกิจการส่วนตัวของกลุ่มสมรส
	X_8	คือ อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของกลุ่มสมรส
	X_9	คือ รายได้ของมารดา
	X_{10}	คือ รายได้ของกลุ่มสมรส
	X_{11}	คือ จำนวนบุตร
	X_{12}	คือ ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ
	X_{13}	คือ โรงพยาบาลรัฐบาล
	X_{14}	คือ โรงพยาบาลเอกชน

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ได้แก่ ศาสนาพุทธ (X_2) อาชีพรับราชการของมารดา (X_5) อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของมารดา (X_6) อาชีพกิจการส่วนตัวของกลุ่มสมรส (X_7) อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของกลุ่มสมรส (X_8) รายได้ของกลุ่มสมรส (X_{10}) จำนวนบุตร (X_{11}) ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ (X_{12}) โรงพยาบาลของรัฐบาล (X_{13}) และ โรงพยาบาลของเอกชน (X_{14}) ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ได้แก่ อายุ (X_1) ระดับการศึกษาของมารดา (X_3) ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส (X_4) และรายได้ของมารดา (X_9)

ศาสนาพุทธมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการตัดสินใจ หมายถึง เมื่อมารดาที่นับถือศาสนาพุทธเพิ่มขึ้น โอกาสในการเลือกใช้นมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาจะลดลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพรับราชการของมารดาที่มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการตัดสินใจ หมายความว่า เมื่อมารดามีการประกอบอาชีพรับราชการเพิ่มขึ้น โอกาสในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาจะลดลงด้วย ในทางตรงกันข้ามอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของมารดาที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจ กล่าวคือ เมื่อมารดาที่ประกอบอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจเพิ่มขึ้น โอกาสในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาจะเพิ่มขึ้นด้วย อาชีพกิจการส่วนตัวของคู่สมรสมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจ กล่าวคือ เมื่อมารดาที่มีคู่สมรสประกอบอาชีพกิจการส่วนตัวเพิ่มขึ้น โอกาสในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี จะเพิ่มขึ้น แต่อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของคู่สมรสมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการตัดสินใจ กล่าวคือ เมื่อมารดาที่มีคู่สมรสประกอบอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจเพิ่มขึ้น โอกาสในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาจะลดลง รายได้ของคู่สมรสมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจ หมายถึง เมื่อคู่สมรสของมารดา มีรายได้สูงขึ้น โอกาสที่มารดาจะเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี จะสูงขึ้นด้วย จำนวนบุตรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจ อธิบายได้ว่า เมื่อมารดาที่มีจำนวนบุตรเพิ่มขึ้น โอกาสในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาจะเพิ่มขึ้นด้วย ในทำนองเดียวกันความจำเป็นในการประกอบอาชีพมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจ นั่นคือ เมื่อมารดาที่มีความจำเป็นในการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น โอกาสที่มารดาจะเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี เพิ่มขึ้นด้วย ในส่วนของโรงพยาบาลจะมีความแตกต่างกันระหว่าง โรงพยาบาลของรัฐบาลกับเอกชน เนื่องจากโรงพยาบาลรัฐบาล (โรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี) มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการตัดสินใจ กล่าวคือมารดาที่คลอดบุตรในโรงพยาบาลของรัฐบาลเพิ่มขึ้น โอกาสที่มารดาจะเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี จะลดลง ในทางตรงกันข้าม โรงพยาบาลของเอกชน (โรงพยาบาลสินแพทย์และโรงพยาบาลศรีสยาม) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจ กล่าวคือ เมื่อมารดาคลอดบุตรในโรงพยาบาลของเอกชนเพิ่มขึ้น โอกาสที่มารดาจะเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี จะเพิ่มขึ้น

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา มีปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญน่าจะประกอบด้วย คำแนะนำของแพทย์ คำแนะนำของผู้มีประสบการณ์ ราคานมผง ตราสินค้า ระยะทางของที่ตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการหาซื้อได้ง่าย แรงจูงใจในส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจในของสมนาคุณ และประสบการณ์เดิมจากการมีบุตร โดยในการวัดความคิดเห็นของมารดาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลซึ่งแบ่งออกเป็นระดับต่าง ๆ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

ผลการศึกษาในแต่ละปัจจัยโดยการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของมารดาในแต่ละโรงพยาบาล เป็นดังนี้

คำแนะนำแพทย์

ผลการวิเคราะห์พบว่า มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43.5) ให้ระดับอิทธิพลของคำแนะนำแพทย์อยู่ในระดับมาก รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 28.7) มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ระดับอิทธิพลมากที่สุด (ร้อยละ 14.8) น้อยที่สุด (ร้อยละ 9.6) และน้อย (ร้อยละ 7.8) โดยระดับอิทธิพลของคำแนะนำแพทย์ระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ระดับอิทธิพลของคำแนะนำแพทย์ของโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีต่อการตัดสินใจของมารดาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่โรงพยาบาลสินแพทย์และโรงพยาบาลศรีสยามซึ่งเป็นโรงพยาบาลเอกชนอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี
แบ่งตามคำแนะนำแพทย์ในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)

ระดับการวัด	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
น้อยที่สุด	3.80	13.30	9.10	9.60
น้อย	3.80	1.00	6.80	3.50
ปานกลาง	15.40	35.60	29.50	28.70
มาก	34.60	46.70	45.50	43.50
มากที่สุด	42.30	4.40	9.10	14.80
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Pearson Chi-Square = 25.06, df = 8, Sig = 0.02

คำแนะนำของผู้มีประสบการณ์

ผลการวิเคราะห์พบว่า มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 40.9) ให้ระดับอิทธิพลของคำแนะนำของผู้มีประสบการณ์อยู่ในระดับมาก รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 25.2) มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ระดับอิทธิพลมากที่สุด (ร้อยละ 20.9) น้อยที่สุด (ร้อยละ 10.4) และน้อย (ร้อยละ 2.6) โดยระดับอิทธิพลของคำแนะนำของผู้มีประสบการณ์ระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ระดับอิทธิพลของคำแนะนำของผู้มีประสบการณ์ของโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานีและโรงพยาบาลสินแพทย์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ในขณะที่โรงพยาบาลศรีสยามอยู่ในระดับมากที่สุด (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 การแจกแจงความถี่ร่วมของระดับความคิดเห็นของมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลง
สำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามคำแนะนำผู้มีประสบการณ์ในโรงพยาบาลทั้ง
3 แห่ง (ร้อยละ)

ระดับการวัด	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
น้อยที่สุด	11.50	11.10	9.10	10.40
น้อย	3.80	2.10	4.50	2.60
ปานกลาง	15.40	33.30	22.70	25.20
มาก	57.70	48.90	22.70	40.90
มากที่สุด	11.50	6.70	40.90	20.90
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Pearson Chi-Square = 24.32, df = 8, Sig = 0.02

ราคา

ผลการวิเคราะห์พบว่า มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 40.0) ให้ระดับอิทธิพลของราคาอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ร้อยละ 20.0) มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ระดับอิทธิพลมาก (ร้อยละ 19.1) น้อย (ร้อยละ 17.4) และมากที่สุด (ร้อยละ 3.5) โดยระดับอิทธิพลของราคาต่อการตัดสินใจซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ระหว่างโรงพยาบาลไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 การแจกแจงความถี่ร่วมของระดับความคิดเห็นของมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลง สำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามราคาในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)

ระดับการวัด	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
น้อยที่สุด	23.10	13.30	15.90	20.00
น้อย	19.20	13.30	20.50	17.40
ปานกลาง	38.50	48.90	40.90	40.00
มาก	11.50	20.00	22.70	19.10
มากที่สุด	7.70	4.40	2.30	3.50
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Pearson Chi-Square = 13.35, df = 8, Sig = 0.10

ตราสินค้า

ผลการวิเคราะห์พบว่า มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 33.9) ให้ระดับอิทธิพลของตราสินค้าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 31.1) มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ระดับอิทธิพลน้อย (ร้อยละ 14.8) น้อยที่สุด (ร้อยละ 13.0) และมากที่สุด (ร้อยละ 7.0) โดยระดับอิทธิพลของตราสินค้าต่อการตัดสินใจของมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ระดับอิทธิพลของตราสินค้าของโรงพยาบาล นพรัตน์ราชธานีและโรงพยาบาลศรีสยามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ในขณะที่โรงพยาบาลสินแพทย์อยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามตราสินค้าในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)

ระดับการวัด	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
น้อยที่สุด	11.50	8.90	18.20	13.00
น้อย	19.20	17.80	9.10	14.80
ปานกลาง	23.10	40.00	27.30	31.30
มาก	38.50	28.90	36.40	33.90
มากที่สุด	7.70	4.40	9.10	7.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Pearson Chi-Square = 26.28, df = 8, Sig = 0.02

ระยะทางของที่ตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์

ระยะทางของที่ตั้งสถานที่จำหน่ายจากที่พักอาศัยผลการวิเคราะห์ พบว่า มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 42.6) ให้ระดับอิทธิพลของระยะทางระหว่างที่ตั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับที่พักอาศัยอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาอยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 32.2) มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ระดับอิทธิพลมาก (ร้อยละ 13.9) น้อยที่สุด (ร้อยละ 7.8) และมากที่สุด (ร้อยละ 3.5) โดยระดับอิทธิพลของระยะทางระหว่างสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กับที่พักอาศัยระหว่างโรงพยาบาลไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี
ต่อระยะเวลาของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กับที่พักอาศัยในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง
(ร้อยละ)

ระดับการวัด	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
น้อยที่สุด	7.70	6.70	9.10	7.80
น้อย	26.90	35.60	31.80	32.20
ปานกลาง	50.00	35.60	45.50	42.60
มาก	11.50	15.60	13.60	13.90
มากที่สุด	3.80	6.70	3.10	3.50
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Pearson Chi-Square = 4.55, df = 8, Sig = 0.81

ความสะดวกในการหาซื้อง่าย

ความสะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นการหาซื้อนมผงได้ตามต้องการ โดยใช้เวลาในการหาซื้อและระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักไปยังสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด ผลการวิเคราะห์มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 37.4) ให้ระดับอิทธิพลของความสะดวกในการหาซื้อง่ายอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 23.5) มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ระดับอิทธิพลน้อย (ร้อยละ 22.6) น้อยที่สุด (ร้อยละ 10.4) และมากที่สุด (ร้อยละ 6.1) โดยระดับอิทธิพลของความสะดวกในการหาซื้อง่ายระหว่างโรงพยาบาลไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี
โดยแบ่งตามความสะดวกในการหาซื้อง่ายในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)

ระดับการวัด	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
น้อยที่สุด	7.70	15.60	6.80	10.40
น้อย	11.50	22.20	29.50	22.60
ปานกลาง	46.20	33.30	36.40	37.40
มาก	30.80	24.40	18.20	23.50
มากที่สุด	3.80	4.40	9.10	6.10
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Pearson Chi-Square = 7.16, df = 8, Sig = 0.52

แรงจูงใจในส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 36.5) ให้ระดับอิทธิพลของแรงจูงใจในส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 24.3) มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ระดับอิทธิพลน้อยที่สุด (ร้อยละ 21.7) น้อย (ร้อยละ 15.7) และมากที่สุด (ร้อยละ 1.7) โดยระดับอิทธิพลของแรงจูงใจในส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ระหว่างโรงพยาบาลไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามแรงจูงใจในส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)

ระดับการวัด	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
น้อยที่สุด	7.70	17.80	13.60	21.70
น้อย	19.20	11.10	18.20	15.70
ปานกลาง	43.20	44.40	45.50	36.50
มาก	26.90	24.40	22.70	24.30
มากที่สุด	3.80	2.20	1.10	1.70
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Pearson Chi-Square = 6.96, df = 8, Sig = 0.31

แรงจูงใจในของสมนาคุณ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 41.7) ให้ระดับอิทธิพลของแรงจูงใจในของสมนาคุณอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 20.0) มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ระดับอิทธิพลน้อยที่สุด (ร้อยละ 18.3) มาก (ร้อยละ 16.5) และมากที่สุด (ร้อยละ 3.5) โดยระดับอิทธิพลของแรงจูงใจในของสมนาคุณระหว่างโรงพยาบาลไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามแรงจูงใจในของสมนาคุณในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)

ระดับการวัด	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
น้อยที่สุด	26.90	15.60	15.90	18.30
น้อย	19.20	15.60	20.50	20.00
ปานกลาง	26.90	48.90	47.70	41.70
มาก	15.40	20.00	13.60	16.50
มากที่สุด	11.50	1.30	2.30	3.50
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Pearson Chi-Square = 13.72, df = 8, Sig = 0.08

ประสบการณ์เดิมจากการมีบุตร

ประสบการณ์เดิมจากการมีบุตรเป็นตัวแปรหนึ่งที่น่าจะมีอิทธิพลต่อมารดาในการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ในตราสินค้าเดิมจากที่เคยเลี้ยงบุตรมาก่อน ผลการวิเคราะห์มารดาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 38.3) ให้ระดับอิทธิพลของประสบการณ์เดิมจากการมีบุตรอยู่ในระดับมาก รองลงมาอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ร้อยละ 32.2) มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ระดับอิทธิพลปานกลาง (ร้อยละ 14.8) มากที่สุด (ร้อยละ 10.4) และน้อย (ร้อยละ 4.3) โดยระดับอิทธิพลของระหว่างโรงพยาบาลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ระดับอิทธิพลของโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานีส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่โรงพยาบาลสินแพทย์และโรงพยาบาลศรีสยามอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 ระดับความคิดเห็นของมารดาในการซื้อนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี โดยแบ่งตามประสบการณ์เดิมจากการมีบุตรในโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง (ร้อยละ)

ระดับการวัด	โรงพยาบาล			รวม
	นพรัตน์ราชธานี	สินแพทย์	ศรีสยาม	
น้อยที่สุด	23.10	33.30	36.40	32.20
น้อย	7.70	6.70	2.50	4.30
ปานกลาง	26.90	6.70	18.20	14.80
มาก	23.10	44.40	38.60	38.30
มากที่สุด	19.20	8.90	6.80	10.40
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00
จำนวน (ราย)	50	50	50	150

หมายเหตุ Pearson Chi-Square = 2.53, df = 8, Sig = 0.02

สรุป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในระดับมาก ได้แก่ คำแนะนำของแพทย์ คำแนะนำของผู้มีประสบการณ์ ตราสินค้า และประสบการณ์เดิมจากการมีบุตร ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางแก่การกำหนดกลยุทธ์ของการทำธุรกิจนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ต่อไป

บทที่ 5

การกำหนดกลยุทธ์ของผู้ประกอบการนึ่งดัดแปลงสำหรับทารก

ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความประสงค์เข้ามาทำธุรกิจนึ่งดัดแปลงสำหรับทารกนี้ จำเป็นที่จะต้องศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้และซื้อนึ่งดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปีของมารดา โดยต้องกำหนดกลยุทธ์ที่มีความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อที่จะสร้างทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้และซื้อนึ่งดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นึ่งดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในเชิงบวก มีดังนี้

1. อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของมารดา
2. อาชีพกิจการส่วนตัวของกลุ่มมารดา
3. รายได้ของกลุ่มมารดา
4. จำนวนบุตร
5. ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ และ
6. โรงพยาบาลเอกชน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นึ่งดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ในเชิงลบ มีดังนี้

1. ศาสนาพุทธ
2. อาชีพรับราชการของมารดา
3. อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของกลุ่มมารดา และ
4. โรงพยาบาลรัฐบาล

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนึ่งดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา มีดังนี้

1. คำแนะนำของแพทย์
2. คำแนะนำของผู้มีประสบการณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ตราสินค้า และ

4. ประสบการณ์เดิมจากการมีบุตร

การกำหนดกลยุทธ์ให้แก่ผู้ประกอบการนมผงดัดแปลงสำหรับทารก

จากปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น ทำให้การกำหนดกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ให้ประสบความสำเร็จ ได้ดังนี้ กลยุทธ์ 4P's และกลยุทธ์ 4C's

กลยุทธ์ 4P's

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ที่จะนำออกสู่ท้องตลาดจะต้องหลากหลาย มีทั้งชนิดกล่อง และกระป๋อง อีกทั้งยังต้องมีขนาดบรรจุที่แตกต่างกันเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันได้อย่างทั่วถึง เพราะบางครัวเรือนกลุ่มสมรส (สามี) มีรายได้สูงทำให้มีความสามารถในการซื้อสูง

ด้านราคา (Price)

การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ใหม่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบว่านมผงดัดแปลงสำหรับทารกนี้ ผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้า ราคาต้องไม่สูงเกินไป และไม่ต่ำจนกระทั่งเป็นสินค้าระดับล่าง ประกอบกับต้องดูรายได้และอาชีพของกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่น มุ่งกลุ่มที่สามีประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวนั้นย่อมบอกได้ว่ารายได้สูง ราคาของผลิตภัณฑ์สามารถตั้งให้สูงได้เพราะมีกำลังซื้อที่สูง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

นโยบายของรัฐบาลห้ามไม่ให้มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ใด ๆ เกี่ยวกับนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ผู้ประกอบการรายใหม่ต้องเข้าไปทำการประมูลภายในโรงพยาบาล เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ทางอ้อม หากผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคโดยทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ย่อมมั่นใจได้ว่าการดำเนินกิจการต้องเป็นไปได้ด้วยดี นอกจากนั้นความแตกต่างระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนยังมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะโรงพยาบาลเอกชนมีจำนวนผู้ใช้หมงดัดแปลงสำหรับทารกในปริมาณที่สูงกว่า ฉะนั้นจะควรมุ่งไปสู่โรงพยาบาลเอกชนมากกว่าโรงพยาบาลรัฐบาล

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เนื่องจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไม่สามารถทำได้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการลงทุนในการจัดทำนิตยสาร เอกสารแจกฟรี ให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นสตรีผู้มีบุตร หรือ คู่สมรส ในนิตยสารหรือแผ่นพับควรถือจะต้องมีบทความที่น่าสนใจเกี่ยวกับการดูแลและข้อเสนอแนะในการเลี้ยงดูทารก มีคำแนะนำของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงข้อความของผู้มีประสบการณ์ในการเลี้ยงบุตรมาประกอบเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ

กลยุทธ์ 4C's

มุ่งเน้นด้านลูกค้า (Customer)

ผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจนี้ดำเนินต่อไปได้ จำเป็นที่จะต้องทราบข้อมูลโดยทั่วไปของลูกค้า เช่น ความจำเป็นในการประกอบอาชีพหลังคลอดบุตร การนับถือศาสนา จำนวนบุตร อาชีพของมารดาและคู่สมรส และรายได้ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถทำให้ผู้ประกอบการตลาดได้ตรงจุด

มุ่งเน้นด้านต้นทุน (Cost)

ปัจจุบันราคาผลิตภัณฑ์สูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับต้นทุนในการผลิต ผู้ประกอบการรายใหม่ควรคำนึงถึงต้นทุนการผลิตว่าทำอย่างไรที่จะลดต้นทุนได้มากที่สุด เพราะเมื่อต้นทุนลดก็สามารถที่จะตั้งราคาได้ถูกลงตามไปด้วย ทั้งนี้เป็นแรงจูงใจให้แก่ผู้มีรายได้ไม่มากนัก และเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มุ่งเน้นด้านความสะดวก (Convenience)

หากมีร้านค้าที่จัดจำหน่ายนมผงดัดแปลงสำหรับทารกในโรงพยาบาลด้วยแล้ว ย่อมเป็นสิ่งที่สะดวกในการซื้อสำหรับผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะวางผลิตภัณฑ์ของตนที่โรงพยาบาลด้วย รวมทั้งมีตัวแทนจำหน่ายที่มีความสามารถประสานงานกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อช่วยแนะนำให้ผู้บริโภค เพราะคำแนะนำของแพทย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของมารดา

มุ่งเน้นด้านการสื่อสารทางการตลาด (Communication)

ผู้ประกอบการรายใหม่ควรมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรงและมีการลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดทางอ้อม ซึ่งตัวแทนจำหน่ายควรเข้าไปติดต่อกับโรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้าชั้นนำเพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดแก่ลูกค้า ส่วนการลด แลก แจก แถม เป็นแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภคได้ เช่น การลดราคา ผู้ที่มีรายได้ไม่มากนักจะให้ความสนใจ แต่คุณภาพต้องเป็นไปตามมาตรฐาน

สรุป

การกำหนดกลยุทธ์ให้แก่ผู้ที่สนใจเข้ามาทำธุรกิจนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปีนี้ ต้องทำการศึกษารายละเอียดต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ และซื้อ เพื่อนำมาวางแผนด้านการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ 4P's และกลยุทธ์ 4C's เพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าไปสู่ตลาดนมผงดัดแปลงสำหรับทารกได้

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ประเทศไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์นมผงประเภทต่าง ๆ จากต่างประเทศเป็นมูลค่าสูง จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่และมีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจุบันธุรกิจนมผงมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย และมีบริษัทต่าง ๆ ผลิตนมผงออกจำหน่ายเป็นจำนวนมากหลายยี่ห้อด้วยกัน เช่น เอนฟาแลค เอส-26 ดูเม็กซ์ สโนว์ ซิมิแลค เนสเล่ท์ และเมจิ เป็นต้น โดยนมผงแต่ละยี่ห้อมักแบ่งช่วงอายุการบริโภคตามช่วงอายุของเด็กออกเป็นแรกเกิดถึง 1 ปี 6 เดือนถึง 3 ปี ตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป แต่นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ไม่ได้ได้รับอนุญาตให้โฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ เนื่องจากเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้ทารกดื่มนมมารดา กระนั้นก็ดี เมื่อแรกคลอดมารดาบางคนไม่มีนมให้ทารกดื่ม หรือไม่ต้องการให้ทารกดื่มนมของตนเอง เนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอในการปั๊มนมตนเองแก่ทารก หรือต้องมีภารกิจในการประกอบอาชีพ หรือต้องการรักษารูปร่าง สาเหตุเหล่านี้มารดาจึงต้องการให้ทารกดื่มนมผงดัดแปลงควบคู่ไปกับนมมารดา และมีความจำเป็นต้องเลือกซื้อนมผงสำหรับทารกแรกเกิดให้เหมาะสมจากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้และการซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิด ถึง 1 ปี รวมถึงสภาพตลาด โดยทั่วไป ด้วยการออกแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงสถิติอนุมาน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยแบบโลจิสติกในการทดสอบสมมติฐาน รวมทั้งเทคนิคการวิเคราะห์แบบไคสแควร์

ผลการศึกษา สรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ได้แก่ อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของมารดา อาชีพกิจการส่วนตัวของคู่สมรส รายได้ของคู่สมรส จำนวนบุตร ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ และโรงพยาบาลเอกชน กล่าวคือ เมื่อมารดามีปัจจัยใด ๆ เพิ่มขึ้น โอกาสในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาจะเพิ่มขึ้น ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในเชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ได้แก่ ศาสนาพุทธ อาชีพรับราชการของมารดา อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของคู่สมรส และโรงพยาบาลรัฐบาล หมายถึง เมื่อมารดามีปัจจัยเหล่านี้เพิ่มขึ้น โอกาสในการเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา จะลดลง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัดสินใจซื้ออเนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา ได้แก่ คำแนะนำของแพทย์ คำแนะนำของผู้มีประสบการณ์ ทรานส์ค้ำ และประสบการณ์เดิมจากการมีบุตร

การกำหนดกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี จำเป็นที่ต้องมีความเข้าใจในปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทางการเลือกใช้และการซื้อเพื่อที่จะแข่งขันกับสินค้าเดิมได้ จำเป็นต้องสร้างทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้บริโภคและมีการใช้กลยุทธ์ 4P's ที่มุ่งเน้นด้านตัวผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ส่วนกลยุทธ์ 4C's จะมุ่งเน้นด้านลูกค้า ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก และด้านการสื่อสารการตลาด กลยุทธ์สองส่วนนี้มีความแตกต่างกัน ฉะนั้นการใช้ทั้งสองส่วนนี้ร่วมกันจะทำให้การดำเนินการด้านการตลาดมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออเนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดาในเขตคันทันยาว กรุงเทพมหานครแล้วนั้น ทำให้เกิดข้อเสนอแนะที่คาดว่าจะน่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่มีความสนใจในด้านนี้ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความประสงค์จะเข้ามาทำธุรกิจในตลาดนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี หรือผู้ที่มีความสนใจโดยทั่ว ๆ ไป ได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะเข้ามาทำธุรกิจนี้ควรที่จะต้องศึกษาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายในที่นี้ คือ สตรีผู้มีบุตรและสามี ว่าผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้และซื้ออเนมผงนั้นมีข้อมูลส่วนตัวเป็นอย่างไร เช่น อายุ อาชีพ รายได้ ศาสนา และความจำเป็นในการประกอบอาชีพหลังคลอดบุตรของมารดา เป็นต้น เพื่อนำมาประกอบกับการวางกลยุทธ์ให้ตรงจุดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมทั้งยังเอื้อประโยชน์ให้ผู้ประกอบการรายใหม่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนี้ต่อไป ยกตัวอย่างเช่น เจาะกลุ่มมารดาอายุ 20-25 ปี อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจ รายได้คู่สมรสต่ำกว่า 10,000 บาท และมีความจำเป็นในการกลับไปประกอบอาชีพหลังคลอด เพราะลูกค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะซื้ออเนมผงตัดแปลงสำหรับทารกสูง

2. ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะเข้ามาทำธุรกิจนี้ จำเป็นต้องจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดทางอ้อมโดยที่มีการลงทุนในด้านจัดทำนิตยสาร แผ่นพับสำหรับสตรีที่กำลังจะมีบุตร หรือคลอดบุตรแล้วก็ตาม โดยที่เนื้อหาข้างในต้องประกอบด้วยสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริโภคเหล่านั้น อย่างเช่น คำแนะนำแพทย์ คำแนะนำของผู้มีประสบการณ์ หรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่จำเป็น โดยที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เลย ผู้ผลิตจะทำให้ผู้บริโภคทราบได้ว่าผู้ผลิตเป็นใครโดยที่พิมพ์ชื่อ ที่อยู่ของบริษัทไว้ในตอนท้ายของนิตยสาร หรือแผ่นพับนั้น ๆ

3. ตัวของตราสินค้า เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ขึ้นมาได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะผลิตสินค้าที่เกี่ยวกับเด็กทารก หรือเด็กเล็กออกมาจำหน่ายก่อนที่จะทำการผลิตนมผงดัดแปลงสำหรับเลี้ยงทารกแรกเกิดถึง 1 ปี เพื่อที่จะให้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ติดตลาด และเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น เช่น บริษัท เบบี้ จำกัด เป็นต้น ทำการผลิตอาหารเสริมสำหรับเด็กอายุ 3 ปี ขึ้นไป ทำการโฆษณาได้อย่างเต็มที่โดยไม่ขัดต่อนโยบายใด ๆ ฉะนั้น เมื่อตราสินค้าตัวนี้ติดตลาดแล้วจะเป็นผลดีต่อการผลิตนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ต่อไป

4. โรงพยาบาลมีส่วนสำคัญต่อการชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกโดยที่โรงพยาบาลเอกชนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชื้อเนื่องจากมารดาและคู่สมรสเป็นผู้มีกำลังซื้อสูง (รายได้มาก) มีแนวโน้มที่จะชื้อนมผง ฉะนั้นผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องหาข้อมูลของโรงพยาบาล อย่างเช่น ด้านนโยบายว่าเป็นเช่นไร เพราะบางโรงพยาบาลมีการประมูลการชื้อนมผง จึงต้องมีตัวแทนจำหน่ายที่มีความสามารถเป็นอย่างดีในด้านนี้เพื่อติดต่อประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อของโรงพยาบาล และแพทย์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

หากมีผู้สนใจที่จะทำการศึกษาในเรื่องต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องต่อไป ทางคณะผู้วิจัยเห็นควรว่า น่าจะมีการศึกษาถึงเรื่องส่วนแบ่งทางการตลาด ของบริษัทผู้ประกอบการนมผงที่มีในท้องตลาดเพิ่มเติม เพื่อเป็นแนวทางให้แต่ละบริษัท มีการกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถเพิ่มส่วนครองตลาดได้มากขึ้น หรือถ้าผู้ที่สนใจจะทำในส่วนของทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิด ถึง 1 ปี ขึ้นใหม่ก็สามารถทำได้ เนื่องจากเมื่อเวลาผ่านไปอาจจะทำให้ผู้บริโภคมีความเห็นในด้านต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปได้

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าภายใน. 2546. “บริษัทผู้นำเข้านมผงดัดแปลงสำหรับทารก”. <http://www.dit.go.th>, 23 พ.ย. 2546.

กรมศุลกากร. 2544. มูลค่าการนำเข้า ปี 2544: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2546. “รายชื่อผู้นำเข้านมผง”. <http://www.moc.go.th>, 28 พ.ย. 2546.

กระทรวงสาธารณสุข. 2545. ปริมาณการบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมภายในประเทศ:(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กัลปิงหา ทรองพาณิชย์. 2541. พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

คุณทลี เวชสาร. 2545. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชนุดร ชาญวิรวงศ์. 2541. พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุธี พิรพล. 2544. “เอกชนขอโควต้านำเข้านมผงเพิ่ม”. กรุงเทพธุรกิจ. (16 สิงหาคม 2544): น. 8.

บริษัท บริสทอล ไมเยอร์ (ประเทศไทย) จำกัด. 2546. “รายการผลิตภัณฑ์ของบริษัท”. <http://www.meadjohnson.bms.co.th/prof.html>, 7 ธ.ค. 2546.

ประคอง วรรณสุต. 2528. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรเมศวร์ อัสวเรืองพิภพ. 2546. แบบจำลองการทำนายความล้มเหลวของผลประกอบการโรงสีข้าว
สหกรณ์การเกษตรในภาคเหนือของประเทศไทย. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฝ่ายข้อมูลและประชาสัมพันธ์. 2546. โรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี ปี 2546. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ไพศาล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2540. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N. การพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N. การพิมพ์.

ศุภชาติ สุขารมณ์ และ สุทธิพงษ์ จิราธิวัฒน์. 2532. รายงานการประชุมวิชาการ ครั้งที่ 27. มาตรการ
ของรัฐกับการพัฒนาอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร:
สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศุภร เสรีรัตน์. 2544. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ด้านสหวิชาการพิมพ์.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2545. การพัฒนาอุตสาหกรรมการเลี้ยงโคนม: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2537. เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคม
ศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สุนิสา ยิ่งสวัสดิ์. 2533. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการผลิตนมพร้อมดื่มใน
ประเทศไทย ปี 2542. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง
1 ปี ของมารดา

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมมารดาซื้อ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม: แต่ละข้อให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว

1. อายุ _____ ปี	สำหรับผู้วิจัย
2. ศาสนา	$A_1 =$
<input type="checkbox"/> พุทธ <input type="checkbox"/> คริสต์ <input type="checkbox"/> อิสลาม <input type="checkbox"/> อื่น ๆ	$A_2 =$
3. ระดับการศึกษา	$A_3 =$
<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา/ปวช. <input type="checkbox"/> ปวส./อนุปริญญา	
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	
4. ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส	$A_4 =$
<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา/ปวช. <input type="checkbox"/> ปวส./อนุปริญญา	
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	
5. อาชีพ	$A_5 =$
<input type="checkbox"/> รับราชการ <input type="checkbox"/> รับจ้าง/พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ	
<input type="checkbox"/> ทำกิจการส่วนตัว <input type="checkbox"/> เรียนหนังสือ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	
6. อาชีพของกลุ่มสมรส	$A_6 =$
<input type="checkbox"/> รับราชการ <input type="checkbox"/> รับจ้าง/พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ	
<input type="checkbox"/> ทำกิจการส่วนตัว <input type="checkbox"/> เรียนหนังสือ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	
7. รายได้	$A_7 =$
<input type="checkbox"/> ประจำ _____ บาท/เดือน <input type="checkbox"/> ชั่วโมง _____ บาท/เดือน	
8. รายได้ของกลุ่มสมรส	$A_8 =$
<input type="checkbox"/> ประจำ _____ บาท/เดือน <input type="checkbox"/> ชั่วโมง _____ บาท/เดือน	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับผู้วิจัย

A₉ =A₁₀ =

9. จำนวนบุตร _____ คน

10. หลังครบกำหนดการลาคลอดท่านมีความจำเป็นต้องกลับไปทำงานทันทีหรือไม่

 จำเป็น ไม่จำเป็น

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการณ์ชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกของผู้บริโภค

คำชี้แจง ในแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อคำถาม โดยทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบที่ท่านต้องการและขอให้ตอบให้ครบทุกคำถาม

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
10.คำแนะนำของแพทย์มีผลต่อการตัดสินใจชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
11.คำแนะนำผู้มีประสบการณ์มีผลต่อการตัดสินใจชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
12.ราคาของนมผงดัดแปลงมีผลต่อการตัดสินใจชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
13.ตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
- ท่านเคยได้ยินชื้อนมผงดัดแปลงสำหรับทารกต่อไปนี้อยู่แค่ไหน					
13.1 ดูเม็กซ์	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
13.2 สโนว์	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
13.3 ตราหมี	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
13.4 มิซัน	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
13.5 เอ็นฟาโกร	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
13.6 อะแล็คต้า	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
14. ความสะดวกในการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ นมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา					
14.1 ระยะทางของที่ตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
14.2 หาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
15.แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงคัดแปลง สำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา					
15.1 แรงจูงใจในส่วนลดของผลิตภัณฑ์	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
15.2 แรงจูงใจในของสมนาคุณ	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
16.ประสบการณ์เดิมจากการมีบุตรมีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อนมผงคัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของ มารดา	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้นมผงตัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ของมารดา
โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square test)

1. Using

Tabulated Statistics: _Using, Hospital

Rows: Using Columns: Hospital

	1	2	3	All
0	52.00	12.00	10.00	24.00
1	48.00	88.00	90.00	76.00
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 25.57, DF = 2, P-Value = 0.00

Cell Contents --

% of Col

Count

2. Age

Tabulated Statistics: age, Hospital

Rows: Age Columns: Hospital

	1	2	3	All
1	12.00	8.00	10.00	10.00
2	44.00	44.00	39.00	42.00
3	18.00	38.00	37.00	31.33
4	26.00	10.00	14.00	16.67
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 9.10, DF = 6, P-Value = 0.17

Cell Contents --

% of Col

Count

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Relig

Tabulated Statistics: relig, Hospital

Rows: Relig Columns: Hospital

	1	2	3	All
1	48.00	78.00	66.00	64.67
2	52.00	22.00	34.00	35.33
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 8.64, DF = 2, P-Value = 0.01

Cell Contents --

% of Col

Count

4. Edu

Tabulated Statistics: Edu, Hospital

Rows: Edu Columns: Hospital

	1	2	3	All
1	26.00	18.00	22.00	42.67
2	42.00	60.00	42.00	26.67
3	32.00	22.00	36.00	30.66
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 18.68, DF = 6, P-Value = 0.06

Cell Contents --

% of Col

Count

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. Eduh

Tabulated Statistics: Eduh, Hospital

Rows: Eduh Columns: Hospital

	1	2	3	All
1	10.00	26.00	14.00	20.67
2	28.00	34.00	38.00	33.33
3	54.00	26.00	48.00	42.67
4	8.00	2.00	1.00	3.33
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 22.15, DF = 6, P-Value = 0.15

Cell Contents --

% of Col

Count

6. Occ

Tabulated Statistics: Occ, Hospital

Rows: Occ Columns: Hospital

	1	2	3	All
1	10.00	48.00	4.00	7.33
2	50.00	20.00	46.00	48.00
3	6.00	12.00	22.00	13.33
4	34.00	20.00	28.00	27.33
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 8.98, DF = 6, P-Value = 0.02

Cell Contents --

% of Col

Count

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. Occh

Tabulated Statistics: Occh, Hospital

Rows: Occh Columns: Hospital

	1	2	3	All
1	14.00	12.00	10.00	12.00
2	58.00	70.00	22.00	65.33
3	28.00	18.00	68.00	22.67
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 23.92, DF = 4, P-Value = 0.00

Cell Contents –

% of Col

Count

8. Income

Tabulated Statistics: Income, Hospital

Rows: Income Columns: Hospital

	1	2	3	All
1	70.00	44.00	36.00	46.67
2	26.00	40.00	30.00	35.33
3	4.00	16.00	34.00	18.00
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 24.25, DF = 4, P-Value = 0.08

Cell Contents --

% of Col

Count

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. Incomeh

Tabulated Statistics: Incomeh, Hospital

	Columns: Hospital			
	1	2	3	All
1	54.00	22.00	12.00	64.00
2	26.00	68.00	28.00	25.33
3	16.00	10.00	70.00	8.67
4	4.00	2.00	20.00	2.00
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 11.09, DF = 6, P-Value = 0.04

Cell Contents --

% of Col

Count

10. Child

Tabulated Statistics: Child, Hospital

	Columns: Hospital			
	1	2	3	All
1	14.00	36.00	28.00	26.00
2	36.00	52.00	48.00	45.33
3	44.00	8.00	20.00	24.00
4	6.00	4.00	4.00	4.67
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 20.58, DF = 6, P-Value = 0.01

Cell Contents --

% of Col

Count

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. Ness

Tabulated Statistics: Ness., Hospital

Rows: Ness. Columns: Hospital

	1	2	3	All
0	52.00	40.00	18.00	40.00
1	48.00	60.00	82.00	60.00
All	100.00	100.00	100.00	100.00

Chi-Square = 15.17, DF = 2, P-Value = 0.01

Cell Contents --

% of Col

Count

ตัวแปรและการวัดของการวิเคราะห์ Binary Logistic Regression

Using = f(Age, Relig, Edu, Eduh, Occ1, Occ2, Occh1, Occh2, Income, Incomeh, Child, Neccess, Nop, Sin)

การกำหนดตัวแปรและการวัด เป็นดังนี้

Y (Using)	หมายถึง การตัดสินใจเลือกใช้	กำหนดให้	1 = ใช่	0 = ไม่ใช่
X ₁ (Age)	หมายถึง อายุ	กำหนดให้	เท่ากับอายุจริงของตัวอย่าง (ปี)	
X ₂ (Relig)	หมายถึง ศาสนา	กำหนดให้	1 = พุทธ	0 = อื่นๆ
X ₃ (Edu)	หมายถึง ระดับการศึกษา	กำหนดให้	1 = ต่ำกว่ามัธยมศึกษาหรือปวช. 2 = อนุปริญญาหรือปวส. 3 = ปริญญาตรี 4 = สูงกว่าปริญญาตรี	
X ₄ (Eduh)	หมายถึง ระดับการศึกษาของกลุ่มสมรส	กำหนดให้	1 = ต่ำกว่ามัธยมศึกษาหรือปวช. 2 = อนุปริญญาหรือปวส. 3 = ปริญญาตรี 4 = สูงกว่าปริญญาตรี	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- X_5 (Occ1) หมายถึง อาชีพรับราชการของมารดา กำหนดให้ 1 = อาชีพรับราชการ
0 = อื่น ๆ
- X_6 (Occ2) หมายถึง อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของมารดา
กำหนดให้ 1 = รับจ้างหรือพนักงานบริษัท
หรือรัฐวิสาหกิจ
0 = อื่น ๆ
- X_7 (Occh1) หมายถึง อาชีพกิจการส่วนตัวของกลุ่มสมรส กำหนดให้ 1 = กิจการส่วนตัว 0 = อื่น ๆ
- X_8 (Occh2) หมายถึง อาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจของกลุ่มสมรส
กำหนดให้ 1 = รับจ้างหรือพนักงานบริษัท
หรือรัฐวิสาหกิจ
0 = อื่น ๆ
- X_9 (Income) หมายถึง รายได้ กำหนดให้ 1 = ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน
2 = 10,001-20,000 บาท/เดือน
3 = 20,001-30,000 บาท/เดือน
4 = สูงกว่า 30,000 บาท/เดือน
- X_{10} (Incomeh) หมายถึง รายได้ของกลุ่มสมรส กำหนดให้ 1 = ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน
2 = 10,001-20,000 บาท/เดือน
3 = 20,001-30,000 บาท/เดือน
4 = สูงกว่า 30,000 บาท/เดือน
- X_{11} (Child) หมายถึง จำนวนบุตร กำหนดให้ 1 = น้อยกว่า 1 คน
2 = 1 คน
3 = 2 คน
4 = มากกว่า 2 คน
- X_{12} (Necess) หมายถึง ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ กำหนดให้ 1 = จำเป็น 0 = ไม่จำเป็น
- X_{13} (Nop) หมายถึง โรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี กำหนดให้ 1 = โรงพยาบาลนพรัตน์ฯ
0 = อื่น ๆ
- X_{14} (Sin) หมายถึง โรงพยาบาลสินแพทย์ กำหนดให้ 1 = โรงพยาบาลสินแพทย์
0 = อื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้นมผงดัดแปลงสำหรับทารกแรกเกิดถึง 1 ปี ด้วยวิธี Logistic Regression

Binary Logistic Regression: using versus nop, sin, ...

Link Function: Logit

Response Information

Variable	Value	Count
_using	1	115 (Event)
	0	35
Total		150

Logistic Regression Table

Predictor	Coef	SE Coef	Z	P	Odds	95%CI	
					Ratio	Lower	Upper
Constant	3.518	1.876	1.88	0.061			
nop	-2.7001	0.6968	-3.88	0.000	0.07	0.02	0.26
sin	0.3783	0.8333	0.45	0.007	1.46	1.87	53.48
age	-0.04145	0.05974	-0.69	0.488	0.96	0.85	1.08
relig	-0.3108	0.6521	-0.48	0.034	1.36	0.38	4.90
edu	0.3603	0.3265	1.10	0.270	1.43	0.76	2.72
eduh	-0.4703	0.4533	-1.04	0.300	0.62	0.26	1.52
occ1	-1.7052	0.7641	-2.23	0.026	0.18	0.04	0.81
occ2	1.6210	0.6143	2.64	0.008	0.20	0.06	0.66
occh1	1.4248	0.6984	2.04	0.041	4.16	1.06	16.34
occh2	-2.0537	0.8370	-2.45	0.074	7.80	1.51	40.22
income	0.003536	0.004601	0.77	0.442	1.00	1.00	1.00
incomeh	0.3521	0.3707	0.95	0.064	1.42	0.69	2.94

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

child	-1.070	0.05574	-1.92	0.045	1.00	1.00	1.00
neccess	0.6485	0.5857	1.11	0.026	0.52	0.17	1.65

Log-Likelihood = -49.755

Test that all slopes are zero: G = 55.006, DF = 14, P-Value = 0.000

Goodness-of-Fit Tests

Method	Chi-Square	DF	P
Pearson	132.723	119	0.000
Deviance	99.510	119	0.903
Hosmer-Lemeshow	9.721	8	0.052

Table of Observed and Expected Frequencies:

(See Hosmer-Lemeshow Test for the Pearson Chi-Square Statistic)

Group											Total
Value	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1											
Obs	6	12	14	9	14	8	14	12	12	14	115
Exp	8.5	9.7	10.6	11.2	11.6	11.9	12.3	12.5	13.0	13.6	
0											
Obs	9	3	1	6	1	7	1	3	3	1	35
Exp	6.5	5.3	4.4	3.8	3.4	3.1	2.7	2.5	2.0	1.4	
Total	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	150

Measures of Association:

(Between the Response Variable and Predicted Probabilities)

Pairs	Number	Percent	Summary Measures	
Concordant	3067	87.6%	Somers' D	0.75
Discordant	425	12.1%	Goodman-Kruskal Gamma	0.76
Ties	8	0.2%	Kendall's Tau-a	0.29
Total	3500	100.0%		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้