



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในเขตกรุงเทพมหานคร
Consumer Behavior of Cream Yoghurt in Bangkok

ของ

นางสาวกรรณกาญจน์ ดวงศรี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 16 เมษายน พ.ศ. 2539

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

, 18 / 4 / 2539

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

ศิริกัญญา ณ ข้อมเพ็ชร

, 18 / 04 / 39

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร)

หัวหน้าภาควิชาฯ

, 18 / 4 / 2539

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์)

14735

20 ส.ค. 2541

ปลพ.

ก185๗

2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง
ปัญหาพิเศษ



เรื่อง

พฤติกรรมผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในเขตกรุงเทพมหานคร
Consumer Behavior of Cream Yoghurt in Bangkok



โดย

นางสาวกรรณิกาญจน์ ดวงศรี

เสนอ

ป.พ.
ก185พ
2539

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 97615
วันเดือนปี..... 9 25 1999

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้เลือกมากมาย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่ทดลองเปลี่ยนไปบริโภคยี่ห้ออื่น เนื่องจากมีความภักดีในตัวสินค้า โดยให้เหตุผลว่าพึงพอใจรสชาติของยี่ห้อใดแล้วก็จะบริโภคยี่ห้อนั้นต่อไป สำหรับทัศนคติที่มีต่อตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงเรื่องรสชาติเป็นอันดับแรก

ในการศึกษานี้มีข้อเสนอแนะคือ หน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติที่แท้จริงของโยเกิร์ตชนิดครีมให้มากขึ้น และเปลี่ยนทัศนคติให้ผู้บริโภคทราบว่าโยเกิร์ตชนิดครีมเป็นอาหารเสริมสำหรับทุกเพศทุกวัย ไม่เจาะจงสำหรับผู้ที่ต้องการลดความอ้วนเท่านั้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีอัตราการบริโภคสูงขึ้น นอกจากนี้ปัจจุบันมีการผลิตสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนมมากขึ้น ทำให้เกิดการขาดแคลนนํ้านมดิบที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต รัฐบาลควรมีการส่งเสริมด้านการผลิตนํ้านมดิบอย่างจริงจังโดยให้มีการผลิตที่ครบวงจรมากขึ้น เช่น จัดอบรมเกษตรกรให้มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องการดูแลและรักษาสุขภาพของแม่โค เพื่อให้ได้นํ้านมดิบจากแม่โคพันธุ์ดีสำหรับเป็นวัตถุดิบในการผลิต ส่งเสริมให้สหกรณ์มีการรวมตัวกันทางธุรกิจเช่น ธุรกิจการแปรรูป ธุรกิจการขนส่ง สำหรับด้านปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม ผู้ผลิตควรมีการปรับปรุงรุ่นและรสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีมอยู่เสมอเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เช่น ดัชนีผลิตโยเกิร์ตชนิดครีมรสัญญาหาร หรือเคลลี่ สวิสผลิตโยเกิร์ตชนิดครีมรุ่นโลก (โยเกิร์ตไขมันต่ำ) ในการผลิตโยเกิร์ตชนิดครีม ผู้ผลิตควรคำนึงถึงฉลากและวันหมดอายุเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณค่าทางโภชนาการของโยเกิร์ตชนิดครีม และระยะเวลาที่สามารถบริโภคได้ นอกจากนี้ควรปรับปรุงสื่อโฆษณาให้สื่อถึงประโยชน์โดยรวมของโยเกิร์ตชนิดครีม และครอบคลุมผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย เพื่อกระจายกลุ่มผู้บริโภคให้กว้างขวางยิ่งขึ้น รวมทั้งปรับปรุงสภาพการบรรจุหีบห่อให้มีความสวยงามและดึงดูดใจผู้บริโภคให้มากที่สุด เพราะสภาพการบรรจุหีบห่อเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนไปบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมจากยี่ห้อหนึ่งเป็นอีกยี่ห้อหนึ่งได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ในการศึกษาและจัดทำปัญหาพิเศษเรื่อง "พฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม ในเขตกรุงเทพมหานคร" ในครั้งนี้ สำเร็จลงได้นั้น ผู้จัดได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริจรรษา เจริญวิริยะพันธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกัญญา ณ บ่อมเพ็ชร ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และกรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ช่วยเหลือ และ ให้คำปรึกษาในจุดบกพร่อง รวมทั้งช่วยตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการจัดทำปัญหาพิเศษเล่มนี้ ตลอดจนหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่กรุณาให้ข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการศึกษา

นอกจากนี้ ผู้จัดทำได้รับความอนุเคราะห์จาก คุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้การสนับสนุนด้านอุปกรณ์ในการจัดทำ และ คอยให้กำลังใจ ทำให้การจัดทำปัญหาพิเศษเล่มนี้เป็นไปอย่างราบรื่น ขอขอบใจเพื่อน ๆ และ น้อง ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือ และความเป็นห่วงตลอดมา ผู้จัดทำขอขอบพระคุณทุก ๆ ท่านมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวกรรองกาญจน์ ดวงศรี

มีนาคม 2539

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์	5
การตรวจเอกสาร	5
วิธีการศึกษา	8
การเก็บรวบรวมข้อมูล	8
การวิเคราะห์ข้อมูล	9
บทที่ 2 สภาวะการผลิตและการตลาดของโยเกิร์ตชนิดครีม	10
สภาวะการผลิตของโยเกิร์ตชนิดครีม	10
สภาวะการตลาดของโยเกิร์ตชนิดครีม	17
บทที่ 3 ผลการศึกษา	23
ข้อมูลทั่วไป	23
พฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม	29
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม	38
ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 สรุปลงและข้อเสนอนะ	49
สรุป	49
ข้อเสนอนะ	51
เอกสารอ้างอิง	53
ภาคผนวก	54



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เปรียบเทียบส่วนประกอบของนมและโยเกิร์ตชนิดครีม	2
2	ราคาต่อปริมาตรของโยเกิร์ตชนิดครีมที่มีจำหน่ายในท้องตลาด	19
3	เพศ	23
4	อายุ	24
5	สถานภาพ	25
6	ระดับการศึกษา	26
7	อาชีพ	27
8	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	28
9	ความชอบในการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม	29
10	สาเหตุที่ไม่ชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม	30
11	สาเหตุที่ชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม	31
12	ความสม่ำเสมอในการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม	32
13	ช่วงเวลาบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม	32
14	ปริมาณขนาดบรรจุที่เลือกบริโภค	33
15	ปริมาณการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมต่อสัปดาห์	34
16	ยี่ห้อของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ชอบบริโภค	35
17	รสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ชอบบริโภค	36
18	สถานที่ที่เลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม	37
19	สาเหตุที่เลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมจากสถานที่ดังกล่าว	38
20	ปัจจัยในการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม	39
21	การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเมื่อซื้อห้อประจำมีราคาสูงขึ้น	40
22	การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเมื่อซื้อห้ออื่นมีการลด แลก แจก แถม	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
23	การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเมื่อซื้อที่ซื้อประจำมีการลด แลก แจก แถม	41
24	ทัศนคติเกี่ยวกับระดับคุณค่าทางโภชนาการของโยเกิร์ตชนิดครีม	42
25	ทัศนคติเกี่ยวกับราคาของโยเกิร์ตชนิดครีม	43
26	ทัศนคติเกี่ยวกับขนาดบรรจุของโยเกิร์ตชนิดครีม	44
27	สื่อโฆษณาที่ได้รับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโยเกิร์ตชนิดครีมบ่อยที่สุด	45
28	การทดลองเปลี่ยนไปบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมยี่ห้ออื่น	45
29	ทัศนคติเกี่ยวกับการปรับปรุงตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม	46
30	ทัศนคติต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม	47
31	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมต่อตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม	48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 กระบวนการผลิตโพลิเอทีลีนชนิดครีมแบบพาสเจอร์ไรซ์

14



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ปัจจุบันเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทต่อสังคมไทยมากขึ้นทุกขณะ ส่งผลให้เกิดความเจริญขึ้นในหลาย ๆ ด้าน แต่ขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาจากสภาพแวดล้อมที่เป็นพิษ หรือปัญหาจากความเคร่งเครียดในการทำงาน ซึ่งสภาวะเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อสภาพความเป็นอยู่ และสุขภาพอนามัยของมนุษย์โดยตรง ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในปัจจุบันมนุษย์ได้เอาใจใส่ดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งการดูแลสุขภาพนั้น นอกจากการพักผ่อนอย่างเพียงพอและการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอแล้ว ข้อสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือการรับประทานอาหารที่มีสารอาหารครบถ้วนเน้นคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็นอาหารหลัก และอาหารเสริม โดยอาหารหลักถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ และจำเป็นต่อร่างกาย ส่วนอาหารเสริมจะช่วยบำรุงและเสริมสร้างให้ร่างกายมีความแข็งแรงสมบูรณ์มากขึ้น ปัจจุบันมีอาหารเสริมที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง รับประทานง่าย และไม่ต้องปรุงแต่งหลายชนิด เช่น นมสด นมเปรี้ยว อาหารซีเรียล ชุปไก่สกัด เป็นต้น แต่ที่น่าสนใจคือ โยเกิร์ตชนิดครีมเพราะเป็นอาหารเสริมที่ได้ผ่านการรับรองแล้วว่ามีความปลอดภัย และไม่ทำให้เกิดอันตรายใด ๆ ต่อผู้บริโภค นอกจากนี้โยเกิร์ตชนิดครีมยังมีชื่อเสียงด้านคุณค่าทางอาหาร และย่อยง่ายกว่านมannerมด้า ใช้ในการรักษาโรคต่าง ๆ ได้ เหมาะสำหรับคนไทยซึ่งมักมีปัญหาการบริโภคนมแล้วไม่ย่อย

โยเกิร์ตชนิดครีมเป็นผลผลิตจากนมเปรี้ยวชนิดหนึ่ง ที่ได้จากการนำนมมาทำจัดเชื้อจุลินทรีย์ที่ไม่ต้องการด้วยความร้อน แล้วเติมเชื้อจุลินทรีย์บางชนิด สำหรับใช้ทำโยเกิร์ตชนิดครีมลงไป หมักไว้ในสภาพที่เหมาะสมต่อการเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ ซึ่งเชื้อจุลินทรีย์นี้จะไปย่อยน้ำตาลธรรมชาติที่มีอยู่ในนมให้เปลี่ยนไปเป็นกรดแลคติก กรดแลคติกที่เกิดขึ้นจะทำให้นมเกิดความข้นแข็งและมีรสเปรี้ยว หลังจากนั้นจึงนำมาทำให้เย็นลง โยเกิร์ตชนิดครีมที่ได้จะมีอายุอยู่ได้ราว 2 สัปดาห์ โดยเก็บในตู้เย็นที่อุณหภูมิ 5 องศาเซลเซียส (ปกติกฎหมายอนุญาตให้มีอายุในตู้เย็นได้ไม่เกิน 7 วัน) (บาซิลลัส , 2535) เมื่อจะบริโภคจึงนำออกจากตู้เย็น และควรบริโภคให้หมดใน

ครั้งเดียว เพราะเมื่อบริโภคเหลือแล้วเก็บไว้อาจมีเชื้อโรคเข้าไปปะปนได้ (กระป๋อง , 2535) อย่างไรก็ตามการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเป็นประจำทุกวัน จะทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ และถูกหลักโภชนาการเช่นเดียวกับการบริโภคนม แต่เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์นมโดยทั่วไปแล้ว โยเกิร์ตชนิดครีมจะให้คุณค่าทางโภชนาการสูงกว่า (ตารางที่ 1) โดยเฉพาะอย่างยิ่งโปรตีนในโยเกิร์ตชนิดครีมมีประโยชน์ต่อร่างกายมาก เนื่องจากถูกย่อยสลายได้ง่ายกว่าโปรตีนในนมสดถึง 2-3 เท่า ทั้งนี้เป็นผลมาจากแบคทีเรียที่ใช้ในกระบวนการผลิต จะช่วยย่อยสลายโปรตีนไปบางส่วน ทำให้โปรตีนที่เหลือ อยู่ในสภาพที่ร่างกายย่อยได้ง่ายและดูดซึมไปใช้ประโยชน์ได้มาก นอกจากนี้โยเกิร์ตชนิดครีมยังมีปริมาณแคลเซียมค่อนข้างสูง ซึ่งช่วยเสริมสร้างกระดูก และฟันให้แข็งแรง รวมทั้งมีกรดแลคติกที่จะช่วยให้ร่างกายสามารถดูดซึมแคลเซียม และฟอสฟอรัสได้ดียิ่งขึ้น และสำหรับผู้ที่ท้องเสีย การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมสามารถทำให้ทุเลาลงได้ หรือผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนักหรือลดความอ้วน การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม จะเป็นการควบคุมน้ำหนักได้ดีและไม่ทำให้เกิดผลข้างเคียง

จะเห็นว่าโยเกิร์ตชนิดครีมนี้มีประโยชน์มากมาย และไม่เกิดโทษใด ๆ ต่อร่างกาย แต่ยังมีผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากไม่มีความรู้เรื่องโยเกิร์ตชนิดครีมอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่ยอมรับในรสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีม ซึ่งในปัจจุบันได้มีการพัฒนา และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ให้มีรสชาติหลากหลายมากขึ้น ทำให้มีจำนวนของกลุ่มผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามตลาดของโยเกิร์ตชนิดครีมก็ยังถือว่าเป็นตลาดที่ค่อนข้างจะทรงตัวกล่าวคือ ไม่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วเหมือนอาหารนมประเภทอื่น ๆ เนื่องจากมีปัญหาใหญ่คือ ราคาอยู่ในเกณฑ์สูง เมื่อเปรียบเทียบกับนมเปรี้ยวหรือโยเกิร์ตพร้อมดื่ม ปัญหาในเรื่องการจัดจำหน่าย เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนยังเข้าใจว่าโยเกิร์ตจะต้องเป็นโยเกิร์ตแบบพร้อมดื่ม (นิรนาม , 2538) และปัญหาในเรื่องทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเพียงประการเดียว คือ จะทำให้รูปร่างและผิวพรรณดี ซึ่งความจริงแล้วโยเกิร์ตชนิดครีมยังมีประโยชน์อีกมากมาย จากปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ โดยนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และขยายตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบส่วนประกอบของนมและโยเกิร์ตชนิดครีม

สารประกอบ (ต่อ 100 กรัม)	นมสดพร่องมันเนย	โยเกิร์ตชนิดครีมธรรมชาติ (ที่ทำจากนมไขมันต่ำ)
พลังงาน (กิโลจูล)	150.00	220.00
โปรตีน (กรัม)	3.50	5.00
ไขมัน (กรัม)	0.10	1.00
แลคโตส (กรัม)	5.00	5.00
กรดแลคติก (กรัม)	-	1.00
กรดซิตริก (กรัม)	0.20	0.30
โพแทสเซียม (กรัม)	0.15	0.24
แคลเซียม (กรัม)	0.12	0.18
ฟอสฟอรัส (กรัม)	0.10	0.14
คลอไรด์ (กรัม)	0.10	0.18
โซเดียม (กรัม)	0.05	0.08
กลูโคส (กรัม)	-	30.00
ซูเรีย (กรัม)	0.40	0.02
คลอเลสเตอรอล (มิลลิกรัม)	2.00	7.00

ที่มา : (บาซิลัส , 2535)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริหารโศภิตชนิครีမ်ของผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อกรรมการบริหารโศภิตชนิครีမ်ของผู้บริหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาทัศนคติ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการบริหารโศภิตชนิครีမ်

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการบริหารโศภิตชนิครีမ်ของผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรรมการบริหารโศภิตชนิครีမ်ของผู้บริหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบถึงทัศนคติ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้บริหารที่มีต่อการบริหารโศภิตชนิครีမ်ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษารั้้งนี้ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการบริหาร และปัจจัยต่าง ๆ รวมถึงทัศนคติของผู้บริหารที่มีต่อการบริหารโศภิตชนิครีမ်ในเขตกรุงเทพมหานคร มุ่งศึกษาโดยสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 120 คน เน้นกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน โดยเลือกศึกษาในเขตชุมชนต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพมหานคร เช่น ห้างสรรพสินค้า สถาบันการศึกษา รวมทั้งหน่วยงานของราชการ และเอกชนต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อเป็นการกระจายข้อมูลให้ถูกต้อง ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

โยเกิร์ตชนิดครีม คือ ผลผลิตของนมเปรี้ยวชนิดหนึ่ง ที่ได้จากการนำนมมาฆ่าเชื้อ จุลินทรีย์ที่ไม่ต้องการให้หมดด้วยความร้อน แล้วเติมเชื้อจุลินทรีย์บางชนิดสำหรับทำโยเกิร์ตลงไป จุลินทรีย์จะเข้าไปย่อยน้ำตาลในธรรมชาติที่มีอยู่ในนมหรือแลคโตสให้เปลี่ยนเป็นกรดแลคติก กรดแลคติกที่เกิดขึ้นจะทำให้นมเกิดความข้นแข็งและรสเปรี้ยว (บาซิลลัส , 2535)

พฤติกรรมกรรมการบริโภค คือ การกระทำของแต่ละบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับ การได้รับและการใช้สินค้าหรือการใช้บริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้น

การตรวจเอกสาร

สุปราณี ทิฆัมพรวิโรภาส (2534) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคนมเปรี้ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทั้งเพศชายและเพศหญิง แต่เพศหญิงจะชอบบริโภคนมเปรี้ยวมากกว่าเพศชาย และกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในวัยรุ่น และวัยผู้ใหญ่กว่าวัยสูงอายุ เหตุผลในการที่จะเลือกบริโภค หรือไม่บริโภคนมเปรี้ยว คือ รสชาติของนมเปรี้ยว ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่านมเปรี้ยวมีรสชาติไม่อร่อย ประเภทของนมเปรี้ยวที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคมากที่สุดคือนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม รองลงมาคือโยเกิร์ตชนิดครีม ตรายี่ห้อที่ผู้บริโภคนิยมมากที่สุดคือ ฮาคุลท์ เหตุผลที่นิยมบริโภคเพราะชอบรสชาติ และร้านที่ผู้บริโภคนิยมซื้อในแต่ละครั้งคือ ร้านค้าปลีกทั่วไป ส่วนแนวความคิดโดยส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคมีต่อการบริโภคนมเปรี้ยวคือ นมเปรี้ยวมีคุณค่าต่อร่างกาย และช่วยให้มีสุขภาพดี แต่ราคาแพงเกินไป ส่วนทางด้านสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือโทรทัศน์ รองลงมาคือนิตยสารต่าง ๆ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงตลาดนมเปรี้ยวคือควรปรับปรุงด้านราคา รองลงมาคือด้านคุณภาพ

นิรนาม (2535ก) สรุปได้ว่า การคัมนมเปรี้ยวเริ่มตั้งแต่อายุรแพทส์สมัยโบราณของเปอร์เซีย กรีก ซีเรีย และ อินเดีย ใช้ประโยชน์ของนมหมัก เพื่อรักษาความผิดปกติเกี่ยวกับระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางเดินอาหาร ควบคุมอุณหภูมิของเลือด และทำให้ผิวพรรณดี นมเปรี้ยวเป็นที่รู้จักในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดาตั้งแต่พ.ศ. 2483 ต่อมามีการปรับปรุงนมเปรี้ยวเรื่อยมาทั้งด้านเทคนิควิธีการใหม่ ๆ รวมทั้งปรับปรุงกลิ่นรสให้ดีขึ้นเพื่อจูงใจผู้บริโภค จนในปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทของนมเปรี้ยวที่มีจำหน่ายในประเทศไทยออกได้เป็น 2 ชนิด คือ โยเกิร์ตชนิดครีม (Cream Yoghurt) และ โยเกิร์ตพร้อมดื่ม (Drinking Yoghurt) ซึ่งโยเกิร์ตชนิดครีมจะมี 3 ลักษณะคือ 1.โยเกิร์ตแบบธรรมดาที่ไม่ได้ปรุงแต่งกลิ่น รส หรือเติมผลไม้ลงไป 2.โยเกิร์ตผสมผลไม้ ซึ่งมีทั้งแบบชั้นเค้ก หรือผลไม้รองก้นถ้วย (Sundae or Fruit on The Bottom) และ แบบสวิส หรือ สตรนสมเนื้อผลไม้ กับโยเกิร์ตสำเร็จรูป (Stirred Type หรือ Swiss Style หรือ Parfait Style) 3. โยเกิร์ตที่ผสมน้ำตาล หรือบางครั้งอาจจะเติมรสผลไม้ลงไปด้วย ส่วนโยเกิร์ตพร้อมดื่มนั้น เป็นโยเกิร์ตชนิดครีมผสมกับน้ำผลไม้รสต่าง ๆ ในอัตราส่วน 1:1 นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ใหม่ได้แก่ โยเกิร์ตแบบไอศกรีมหรือแบบหวานเย็น (Frozen Yoghurt) กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในสหรัฐอเมริกา และนำเข้ามาในประเทศไทยแล้ว เช่น TCBY , Frozen Yoghurt เป็นต้น

นิรนาม (2535) สรุปได้ว่าโยเกิร์ตชนิดครีมเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเป็นประจำทุกวัน จะทำให้ได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ และถูกหลักโภชนาการ เช่นเดียวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์นมโดยทั่วไป ซึ่งถือเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภค โดยเฉพาะคนไทยที่มักไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการบริโภคนม และผลิตภัณฑ์นมมานานแล้ว โยเกิร์ตชนิดครีมบางชนิดยังมีส่วนผสมพิเศษเพื่อสุขภาพที่เรียกว่า "บีพิตัส" ซึ่งเป็นแบคทีเรียชนิดพิเศษที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีส่วนผสมพิเศษเพื่อสุขภาพ อาทิ ช่วยให้ระบบการย่อยอาหารทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพดีขึ้น เพราะในปัจจุบันโรคท้องร่วงเรื้อรังเป็นสาเหตุสำคัญสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ทารกเสียชีวิต และเป็นโรคขาดสารอาหารในประเทศที่กำลังพัฒนา ในฐานะที่โยเกิร์ตชนิดครีมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากนม แต่มีคุณสมบัติในการย่อยได้ดีกว่า จึงเหมาะสำหรับให้เด็กบริโภคในระหว่างที่มีอาการท้องร่วง ซึ่งจะช่วยรักษาอาการปวดดังกล่าวและช่วยให้น้ำหนักเพิ่มเร็วขึ้น

บาซิลลัส (2535) สรุปได้ว่า การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเป็นประจำทุกวันจะทำให้ร่างกายได้รับประโยชน์หลายประการเช่น บรรเทาอาการท้องเสีย ทำให้กระดูก และฟันแข็งแรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รักษาอาการหวัด และช่วยควบคุมน้ำหนักสำหรับผู้ที่ต้องการลดความอ้วน แต่ข้อควรระวังในการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมคือ ปริมาณน้ำตาลที่อาจมีมากในโยเกิร์ตชนิดครีมบางชนิด ลักษณะโยเกิร์ตชนิดครีมที่ฉันควรพิจารณาที่รสชาติและเนื้อครีม โดยโยเกิร์ตชนิดครีมที่จัดว่ามีรสชาติที่ดีทางทฤษฎีนั้น จะต้องเป็นโยเกิร์ตชนิดครีมที่ยังคงรสชาติหลักของนมไว้ให้ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ทำมาจากนม เช่น เนย ครีม รสชาติของนมควรเข้มข้น มีความสม่ำเสมอเมื่อเวลาบริโภค มีรสชาติเฉพาะตัว ได้รสชาติของความมันจากไขมัน โยเกิร์ตชนิดครีมไม่ควรมีความเป็นกรดมากเกินไป ไม่มีกลิ่นฉุน ไม่เปรี้ยวจัด โยเกิร์ตแบบธรรมชาติแม้จะไม่มีกราดเติมน้ำตาลเพิ่ม ก็ควรจะมีรสชาติของความหวานอยู่ด้วย โยเกิร์ตแบบปรุงแต่งจะมีความหวานมากกว่า รสชาติของนมจึงอาจลดน้อยลง นอกจากนี้โยเกิร์ตชนิดครีมไม่ควรมีกลิ่นบูด ไม่มีส่วนผสมที่มีคุณภาพต่ำ ราคาถูก ลักษณะเนื้อครีมโยเกิร์ตชนิดครีมที่ดีควรมีเนื้อละเอียด มีความสม่ำเสมอของเนื้อครีม ไม่จับกันเป็นก้อนหรือร่วนเป็นน้ำ ความเข้มข้นอาจมีตั้งแต่ชั้นมากไปจนถึงชั้นน้อย โดยทั่วไปโยเกิร์ตชนิดครีมที่ทำจากนมสดล้วน หรือนมไขมันสูงจะมีเนื้อครีมที่เนียนกว่า และมีรสชาติที่น่ารับประทานมากกว่า เพราะไขมันนมจะทำให้เนื้อครีมมีความละเอียดและมันกลม่อม แต่มีปริมาณไขมันจำนวนมากซึ่งอาจเป็นสาเหตุของความอ้วนได้

นิรนาม (2538) สรุปได้ว่า โยเกิร์ตชนิดครีมเป็นสิ่งที่ทำให้อาสาสมัคร หรืออาสาสมัครวิเศษ โดยเริ่มเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคคนไทย ตั้งแต่พ.ศ. 2520 จากการนำเข้าของบริษัทผลิตนมเปรี้ยวจากญี่ปุ่น ยี่ห้อ "ยาคูลท์" ซึ่งเป็นผลมาจากอิทธิพลของการโฆษณาเริ่มแรกที่มุ่งให้เกิดความเชื่อว่า นมเปรี้ยวที่ดื่มกันเป็นยาสายชนิดหนึ่ง และเป็นผู้ครอบครองตลาดนมเปรี้ยวในขณะนั้นเพียงผู้เดียว ต่อมาเมื่อผู้ประกอบการอีกหลายรายที่ให้ความสนใจในตลาดนมเปรี้ยว ทำให้ตลาดของนมเปรี้ยวในปัจจุบันเริ่มมีการขยายตัว แต่เมื่อเปรียบเทียบตลาดของนมเปรี้ยวกับโยเกิร์ตชนิดครีมพบว่า ตลาดนมเปรี้ยวจะมีมูลค่าการตลาดมากกว่าตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม ซึ่งมีสาเหตุเนื่องจากความไม่เข้าใจของกลุ่มผู้บริโภคบางส่วน ที่เข้าใจว่าโยเกิร์ตจะต้องเป็นแบบนมเปรี้ยว หรือโยเกิร์ตพร้อมดื่ม อีกทั้งในเรื่องของรสชาติที่ไม่คุ้นลิ้นสำหรับคนไทย และราคาที่อยู่ในเกณฑ์สูงกว่า แต่เมื่อเทียบราคากับคุณค่าต่อนมเปรี้ยวและโยเกิร์ตชนิดครีมหนึ่งหน่วยแล้ว พบว่าโยเกิร์ตชนิดครีมมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากที่สุด แต่จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันผู้บริโภคกลับให้ความนิยมนในการบริโภคนมเปรี้ยวมากกว่าโยเกิร์ตชนิดครีม อย่างไรก็ตามนมเปรี้ยวและโยเกิร์ตชนิดครีมที่ดีควรมีคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขประกาศไว้ และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ที่สำคัญคือ ควรดูวันที่หมดอายุ โดยเลือกซื้อนมเปรี้ยว และโยเกิร์ตชนิดครีมที่ห่างวันหมดอายุไว้มาก ๆ เพราะนอกจากจะได้ความสดของผลิตภัณฑ์แล้ว จุลินทรีย์ที่ผสมอยู่ก็ยังมีคุณภาพดี ซึ่งช่วยให้เกิดประโยชน์ต่อระบบย่อยได้อย่างเต็มที่อีกด้วย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคโยเกิร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์จำนวน 120 ชุด ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาโดยใช้กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ได้เลือกไว้คือผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เน้นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยแบบสอบถามมีรายละเอียดต่าง ๆ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติ ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร ตลอดจนหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามจำนวนที่กำหนดมา ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าสถิติอย่างง่าย เช่น การสร้างตารางแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยศึกษาข้อมูลในด้านพฤติกรรม และทัศนคติรวมถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคโยเกิร์ต และนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาบรรยายโดยอาศัย ตารางแจกแจงความถี่ประกอบการอธิบาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาวะการผลิตและการตลาดของโยเกิร์ตชนิดครีม

สภาวะการผลิตของโยเกิร์ตชนิดครีม

โยเกิร์ตชนิดครีม ผลิตจากการหมักนํ้านมด้วยเชื้อจุลินทรีย์ ที่พบในระบบทางเดินอาหาร เช่น แลคโตบาซิลลัส บุลการิกัส (Lactobacillus Bulgaricus) สเตรปโตค็อกคัส เทอร์โมฟิลลัส (Streptococcus Thermophilus) โดยใช้แบคทีเรียชนิดใดชนิดหนึ่งหรือทั้งสองชนิดผสมกัน เนื่องจากแบคทีเรียทั้งสองนี้จะส่งเสริมในการเจริญเติบโตซึ่งกันและกัน กล่าวคือในระยะแรกแลคโตบาซิลลัส บุลการิกัส จะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและย่อยสลายโปรตีนเคซีนในนมให้ได้กรดอะมิโนหลายชนิด เช่น วาลีน ซึ่งจำเป็นต่อการเจริญเติบโตของสเตรปโตค็อกคัส เทอร์โมฟิลลัสและเมื่อสเตรปโตค็อกคัส เทอร์โมฟิลลัส เจริญอย่างรวดเร็วจึงจะผลิตกรดแลคติกในปริมาณมาก ทำให้นํ้านมเปลี่ยนสภาพเป็นโยเกิร์ตชนิดครีมในเวลาอันรวดเร็วขึ้นกว่าการใช้เฉพาะแบคทีเรียชนิดใดชนิดหนึ่ง เป็นต้น

กระบวนการผลิตโยเกิร์ตชนิดครีม

โดยทั่วไปกระบวนการผลิตโยเกิร์ตชนิดครีม มีดังต่อไปนี้ (สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร , 2527)

1. นมโค คือนมที่รีดจากแม่โค (Raw Milk) ที่มีคุณภาพดี รสดี ต้องเป็นนมที่ปลอดจากยาปฏิชีวนะ หรืออาจใช้นมคั้นรูป
2. ปรับมาตรฐานชาตุนํ้านมทั้งหมดที่ร้อยละ 18 นมโคปกติจะมีชาตุนํ้านมทั้งหมดประมาณร้อยละ 13 แต่ในที่นี้จะปรับให้ถึงร้อยละ 18 โดยการระเหยเอานํ้าออกหรือโดยการเติมนมผงเข้าไปก็ได้ แต่ถ้าจะใช้นมโคปกติซึ่งมีชาตุนํ้านมทั้งหมดร้อยละ 13 ก็ได้เหมือนกัน
3. พาสเจอร์ไรซึนม ปกติการพาสเจอร์ไรซึนมมีวัตถุประสงค์เพื่อฆ่าเชื้อจุลินทรีย์เพียงประการเดียวเท่านั้น แต่การพาสเจอร์ไรซึนมเพื่อไปทำโยเกิร์ตชนิดครีมนี้ นอกจากเพื่อทำลายจุลินทรีย์แล้วยังต้องการให้เคิร์ด (Curd) ซึ่งเป็นการจับตัวเป็นก้อนของโยเกิร์ตนั้นแข็งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อีกด้วย ดังนั้นอุณหภูมิและเวลาที่กำหนดไว้ให้ในที่นี้จึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การเติมเชื้อโยเกิร์ตชนิดครีม (Incubation of Mother Culture) เชื้อจุลินทรีย์ที่ใช้หมักทำโยเกิร์ตเป็นเชื้อผสม เรียกว่า Mother Culture คือ เชื้อผสมระหว่างสเตรปโตค็อกคัส เทอร์โมฟิลลัส กับแลคโตบาซิลลัส บูลกาไรคัส เชื้อจุลินทรีย์ทั้งสองชนิดนี้ เลี้ยงเป็นเชื้อจุลินทรีย์บริสุทธิ์ (Pure Culture) แต่ละชนิดไม่ปะปนกัน เมื่อนำไปหมักจึงนำไปเลี้ยงในภาชนะเดียวกัน และเมื่อนำมา Smear บนแผ่นสไลด์ย้อมสีนับจำนวนหาสัดส่วนแล้ว ต้องมีอัตราส่วน 1:1 จากนั้นเติมเชื้อโยเกิร์ตชนิดครีมลงในนมในอัตราส่วนร้อยละ 2-3 คนให้เข้ากันนมดีแล้ว บรรจุนมที่เติมเชื้อลงในขวดหรือภาชนะที่สะอาด ปิดฝาให้แน่นเพื่อควรรพให้อากาศผ่านเข้าออกได้บ้าง ในกรณีที่หาเชื้อโยเกิร์ตชนิดครีมไม่ได้ ให้ใช้โยเกิร์ตชนิดครีมที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดแทนก็ได้ (แต่อาจไม่บริสุทธิ์เพียงพอ)

5. บ่มขวดนม (Incubation of Bottles) นำขวดนมไปบ่มในตู้บ่มหรือใน Water Bath ที่อุณหภูมิ 45 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 3 ชั่วโมง หรือจนกว่านมจะเคิร์ดขึ้นมา และเมื่อนำโยเกิร์ตชนิดครีมไปทดสอบความเป็นกรดแล้ว ควรได้ค่ากรดแลคติกระหว่างร้อยละ 0.65 - 0.70

6. ทำโยเกิร์ตชนิดครีมให้เย็น (Cooling of Yoghurt) เมื่อบ่มโยเกิร์ตจนได้ความเป็นกรดตามที่กำหนดแล้ว นำขวดโยเกิร์ตเก็บในตู้เย็นที่อุณหภูมิ 5 องศาเซลเซียส เพื่อหยุดการหมักของแบคทีเรีย เมื่อโยเกิร์ตเย็นลงแล้ว ความเป็นกรดจะคงที่ ความจริงโยเกิร์ตชนิดครีมนี้อาจเก็บในตู้เย็นอุณหภูมิ 5 องศาเซลเซียส ได้นาน 1-2 สัปดาห์ (แต่กฎหมายให้อายุในตู้เย็นได้ไม่เกิน 7 วัน)

ในกระบวนการผลิตข้างต้น องค์ประกอบที่จะนำมาผลิตโยเกิร์ตชนิดครีมนั้นมีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดขององค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. น้านมดิบ จะต้องเป็นน้านมที่มีคุณภาพดี ไม่มีกลิ่นผิดปกติ และไม่มียาปฏิชีวนะเจือปนอยู่ ซึ่งส่วนมากจะเจือปนมากับอาหารที่ใช้เลี้ยงโค เมื่อโคกินเข้าไปจะมีบางส่วนเจือปนออกมาปนกับน้านม ยาปฏิชีวนะเหล่านี้จะยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ที่ใส่เข้าไป ทำให้น้านมไม่แข็งตัวหรือแข็งตัวช้า น้านมที่ใช้ควรมีปริมาณไขมันประมาณร้อยละ 3 เพื่อทำให้โยเกิร์ต

ชนิดครีมที่ได้มีลักษณะดีและน่ารับประทานยิ่งขึ้น

2. นมผง โดยปกติเนื้อมะจะมีส่วนที่เป็น Solid Not Fat (SNF) อยู่ประมาณ ร้อยละ 9 - 10 เมื่อทำเป็นโยเกิร์ตแล้วจะมีลักษณะค่อนข้างละเอียดและอาจจะเกิดปรากฏการณ์การ แยกตัว (Whey Off) คือ ส่วนที่เป็นน้ำแยกตัวออกจากส่วนที่เป็นเคิร์ด ซึ่งเป็นลักษณะที่ไม่ดีสำหรับ โยเกิร์ตชนิดครีม ผู้ผลิตสามารถแก้ปัญหานี้ได้โดยเติมนมผงพร่องมันเนย ทั้งนี้เพื่อความเข้มข้น ของ SNF เพิ่มขึ้นถึงประมาณร้อยละ 14 (รวมน้ำตาล)

3. น้ำตาล วัตถุประสงค์ของการเติมน้ำตาลเพื่อช่วยเพิ่ม SNF และในขณะเดียวกัน รสหวานของน้ำตาลจะช่วยกลบรสเปรี้ยวที่เกิดจากการหมักของเชื้อจุลินทรีย์ที่เติมลงไป น้ำตาล อาจเติมได้ถึงร้อยละ 10 ตามความหวานที่ต้องการ แต่ต้องไม่เกินร้อยละ 4 ก่อนการเติมเชื้อ เพราะจะทำให้เชื้อจุลินทรีย์ไม่สามารถทำงานได้เนื่องจากความเข้มข้นรอบตัวสูงมากเกินไป ใน กรณีที่ต้องการความหวานมาก อาจแบ่งน้ำตาลออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกผสมกับน้ำนมที่ใช้เริ่มต้น ทำโยเกิร์ต ส่วนที่เหลือผสมกับโยเกิร์ตที่แข็งตัวแล้วหรืออาจผสมผลไม้แช่อิ่มที่มีรสหวานจัดก็ได้

4. เชื้อจุลินทรีย์ เชื้อจุลินทรีย์ที่ใช้ส่วนใหญ่คือ แลคโตบาซิลลัส บุลคาริซิส และ สเตรปโตค็อกคัส เทอร์โมฟิลลิส เชื้อจุลินทรีย์ทั้งสองนี้ต้องเพาะแยกกันแล้วจึงนำมาใส่ในน้ำนม พร้อมกัน อาหารที่ใช้เลี้ยงเชื้อในแต่ละขั้นตอนคือ นมผงพร่องไขมันละลายน้ำให้มีความเข้มข้น ร้อยละ 10 พ่นเชื้อด้วยความร้อน 121 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 15 นาที แล้วจึงนำไป เเพาะเชื้อ ปริมาณที่ใส่จะขึ้นอยู่กับปริมาณโยเกิร์ตที่ผลิต โดยมีเชื้อทั้งหมดร้อยละ 2 และอัตราส่วนของ แลคโตบาซิลลัส บุลคาริซิส และสเตรปโตค็อกคัส เทอร์โมฟิลลิส ที่เติมลงไปเป็น 1:2 เนื่องจาก อัตราการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพโยเกิร์ต ไม่เท่ากัน แต่ในผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายจะมีเชื้ออยู่ในอัตราส่วน 1:1 จึงจะทำให้รสชาติและกลิ่นของ ผลิตภัณฑ์เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

5. สารช่วยยให้คงตัว (Stabilizer) เป็นสารที่ทำให้โยเกิร์ตมีความหนืด และ คงตัวตามต้องการ ปกติหากกรรมวิธีการผลิตถูกต้องและน้ำนมมีคุณภาพดี ก็ไม่จำเป็นต้องใส่ สารช่วยยให้คงตัว โดยทั่วไปแล้วผู้ผลิตจะใส่สารช่วยยให้คงตัวในกรณีโยเกิร์ตผสมผลไม้ที่มีธาตุกัน (Pectin) ต่ำ เพื่อช่วยยให้ผลไม้กระจายอยู่ทั่วไปได้ดีขึ้น การเติมสารช่วยยให้คงตัวลงในถึงผสม อาจจะทำให้ได้โดยวิธีใดวิธีหนึ่งดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

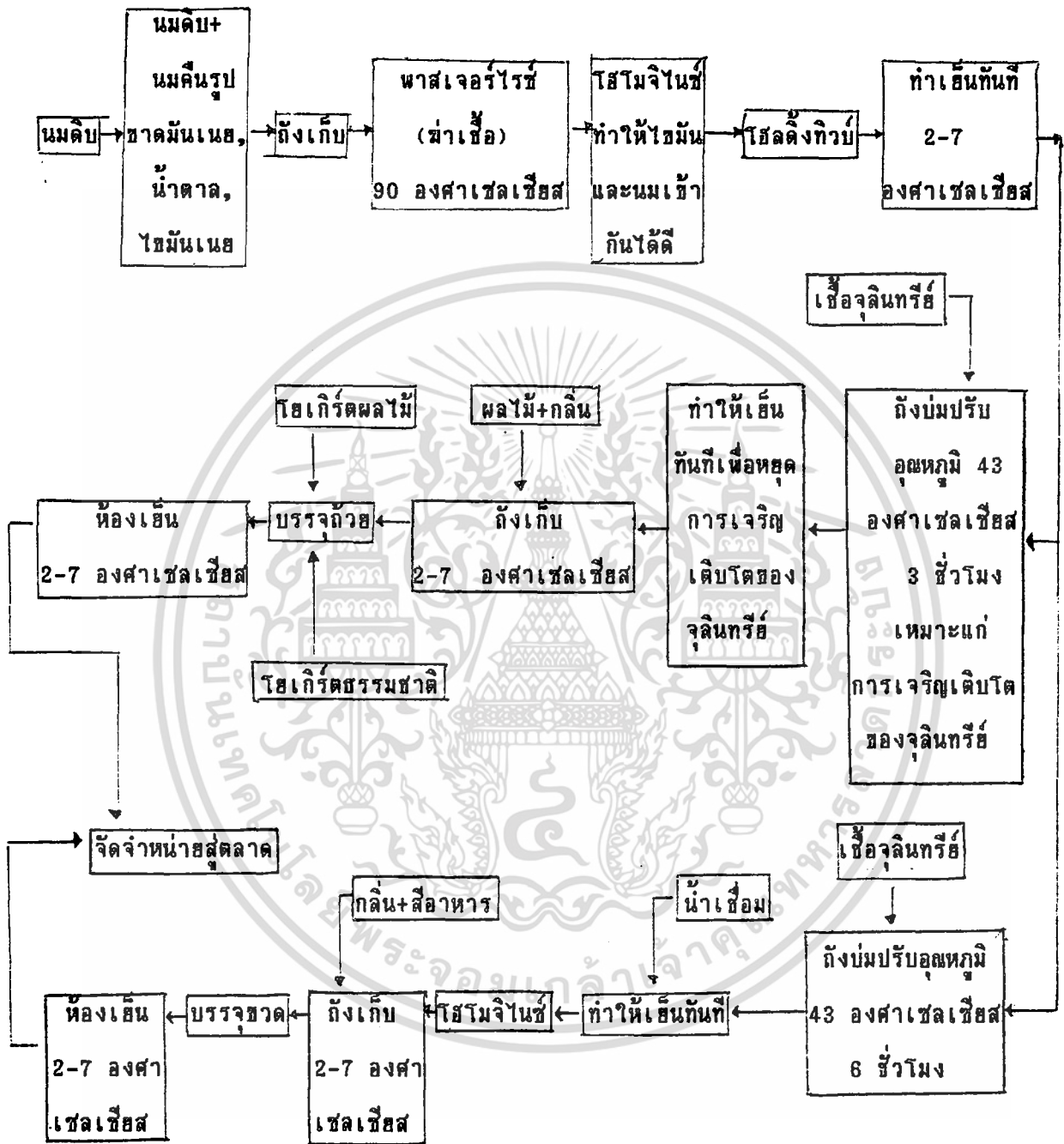
5.1 เติมน้ำลงในน้ำนมที่ยังเย็นอยู่พร้อมกับนมผงและน้ำตาลบางส่วน สารเหล่านี้ต้องเป็นสารที่ละลายได้ในน้ำเย็น และเมื่อได้รับความร้อน จะต้องไม่ทำให้โปรตีนตกตะกอน ตัวอย่างของสารคงตัว เช่น แป้ง ใช้ร้อยละ 0.5-2.0 และโซเดียมคาร์บอเนต ใช้ร้อยละ 0.3

5.2 เติมน้ำลงในนมที่ร้อน ใช้เติมหลังผ่านกระบวนการให้ความร้อน ที่เรียกว่า Pasteurization ซึ่งเป็นกระบวนการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยความร้อนสูง วิธีนี้ต้องใช้ความระมัดระวังเพราะมีโอกาสที่เชื้อโรคและสิ่งสกปรกอื่น ๆ ติดลงไป ตัวอย่างของสารคงตัวประเภทนี้ เช่น เจลาติน ใช้ร้อยละ 0.2-0.5

5.3 เติมน้ำลงในนมที่จับตัวเป็นก้อนแล้ว วิธีนี้ไม่เป็นที่นิยมมากนัก นอกจากในกรณีพบว่าโยเกิร์ตที่ผลิตได้มีความหนืดต่ำไป จึงจะเติมสารคงตัวพร้อมกับผลไม้ที่ใช้ ตัวอย่างของสารคงตัวประเภทนี้ เช่น Carob's Kernel Flour และ Guar Gum ใช้ร้อยละ 0.3-0.5

6. ผลไม้ การเติมผลไม้ลงในโยเกิร์ตจะเป็นการเพิ่มรสชาติให้แก่โยเกิร์ตทำให้น่ารับประทาน และเป็นการจูงใจผู้บริโภคทางหนึ่ง ผลไม้ที่ใช้อาจเป็นผลไม้สดซึ่งผ่านการฆ่าเชื้อและแช่แข็ง หรือผลไม้บรรจุในน้ำเชื่อมที่มีจำหน่ายในท้องตลาด โดยจะต้องสะอาดปราศจากยีสต์และรา ไม่มีสารแปลกปลอม และความเป็นกรดต้องไม่ต่ำกว่า 3.0 เพราะถ้าต่ำกว่านี้จะทำให้น้ำในโยเกิร์ตแยกตัวออกมา โยเกิร์ตชนิดครีมบางประเภทอาจมีการเติมกลิ่นของผลไม้หรือน้ำผลไม้กลิ่นลงไปด้วย เพื่อช่วยให้รสชาติและกลิ่นของโยเกิร์ตดีขึ้น ตัวอย่างเช่น โยเกิร์ตรสกล้วยหอมจะเติมน้ำมะนาวลงไปเล็กน้อย ทำให้กลิ่นหอมชวนรับประทาน นอกจากนี้อาจเติมน้ำตาลลงไปเพื่อให้กลิ่นดีขึ้น เช่น โยเกิร์ตรสสับปะรดจะต้องเติมน้ำตาลถึงร้อยละ 12 จึงจะได้โยเกิร์ตที่มีกลิ่นดีที่สุด ส่วนปริมาณของผลไม้ที่ใช้นั้นจะต้องขึ้นอยู่กับชนิด และความเข้มข้นของผลไม้ โดยทั่วไปจะใช้ประมาณร้อยละ 10

7. สีและกลิ่น ผู้ผลิตโยเกิร์ตจะใส่สีและกลิ่นเพื่อปรุงแต่งโยเกิร์ตให้ชวนรับประทานมากยิ่งขึ้น โดยพยายามเน้นให้เหมือนกับธรรมชาติ ใช้สีธรรมชาติหรือสีสังเคราะห์ที่รับประทานได้ และใช้กลิ่นที่สกัดได้จากธรรมชาติ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 กระบวนการผลิตโยเกิร์ตชนิดครีมแบบพาสเจอร์ไรซ์
ที่มา : (นิรนาม , 2536ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ดี

ลักษณะของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ดี มีดังนี้ (นิรนาม , 2538)

1. เคิร์ดของโยเกิร์ตต้องเป็นเคิร์ดที่แข็งแแรง ไม่อ่อนเหลว
2. เคิร์ดของโยเกิร์ตต้องไม่หดตัวเป็นก้อนแยกอยู่ต่างหาก
3. โยเกิร์ตต้องไม่เปรี้ยวเกินไป
4. โยเกิร์ตต้องมีกลิ่นเฉพาะ
5. โยเกิร์ตต้องไม่มีรสฝาด รสขม หรือรสอื่นใด

ความบกพร่องของโยเกิร์ตชนิดครีม

ในขั้นตอนการผลิตโยเกิร์ตชนิดครีมอาจเกิดปัญหาความบกพร่องของโยเกิร์ตชนิดครีม โดยมีสาเหตุจาก (นิรนาม , 2535ก)

1. บ่มครบตามเวลาที่กำหนดแล้วนมไม่ยอมเคิร์ดขึ้นมา ทั้งนี้เป็นเพราะเชื้อโยเกิร์ตอ่อนแอ หรืออุณหภูมิที่บ่มนมอาจจะร้อนหรือเย็นเกินไป หรือนมที่นำมาผลิตนั้นมีส่วนปนเชื้อปนมา เช่น เพนนิซิลิน เป็นต้น
2. เคิร์ดของโยเกิร์ตเป็นเคิร์ดที่อ่อน (Weak Curd) ทั้งนี้เป็นเพราะนมที่นำมาผลิตเป็นนมประเภทผิดปกติ (Abnormal Milk) หรือการอุ่นนมใช้ความร้อนสูงหรือนานเกินไป
3. โยเกิร์ตมีรสชาติไม่ดี ทั้งนี้เป็นเพราะนมที่นำมาผลิตนั้นคุณภาพไม่ดี หรือเชื้อโยเกิร์ตไม่บริสุทธิ์

การปรับปรุงคุณภาพโยเกิร์ตให้เก็บได้นาน

โยเกิร์ตชนิดครีมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุสั้น นอกจากจะเก็บไว้วันที่ที่อุณหภูมิต่ำ แต่ในการผลิตอาจใช้วิธีการช่วยยืดอายุของโยเกิร์ตชนิดครีมได้ดังนี้ (นิรนาม , 2535ก)

1. การทำพาสเจอร์ไรซ์โยเกิร์ต เพื่อลดจุลินทรีย์ประเภทยีสต์ รา และแบคทีเรียที่ผลิตกรดแลคติก และยับยั้งการทำงานของเอนไซม์ โดยการให้ความร้อนแก่โยเกิร์ตที่ 60-70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องศาเซลเซียส โยเกิร์ตที่ผ่านการพาสเจอร์ไรซ์แล้วจะนำไปบรรจุในขณะที่ยังร้อน หรือบรรจุในสภาพที่ปราศจากเชื้อ (Aseptic Condition) เพื่อป้องกันการปนเปื้อน ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะมีอายุในการเก็บนานขึ้น แต่มีข้อเสียคือ ความคงตัวและกลิ่นของโยเกิร์ต โดยเฉพาะรสธรรมชาติจะลดลงอย่างมาก และเกิดการแยกตัว (Whey Off) ได้ง่าย ปัญหานี้แก้ไขได้โดยการเติมสารคงตัวลงไปก่อนการทำพาสเจอร์ไรซ์ ปัญหาอีกประการหนึ่งคือ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ได้จะไม่ใช้โยเกิร์ตอีกต่อไป เนื่องจากแบคทีเรียที่ผลิตกรดแลคติกจะถูกทำลายด้วยความร้อน แต่อาจจะทำเป็นเครื่องดื่มแล้วเติมรสและกลิ่นผลไม้ลงไป

2. ทำการแช่แข็ง วิธีนี้เหมาะสำหรับโยเกิร์ตคนสำเร็จ (Stirred Yoghurt) เท่านั้น เนื่องจากผลึกน้ำแข็งที่เกิดขึ้นระหว่างการแช่แข็ง จะทำลายโครงสร้างของเจลในโยเกิร์ตแบบธรรมชาติ และรสผลไม้ อุณหภูมิที่ใช้จะทำให้โยเกิร์ตแข็งตัวอย่างรวดเร็วคือ -18 องศาเซลเซียส จากการทดสอบพบว่าโยเกิร์ตที่ผสมผลไม้ และโยเกิร์ตธรรมชาติ จะเก็บได้นานถึง 12 เดือน ที่อุณหภูมิ -25 องศาเซลเซียส

3. ผลิตโยเกิร์ตจากกรดสังเคราะห์ (Artificial Acidification) อาจใช้กรดสังเคราะห์เพียงบางส่วนหรือใช้กรดแลคติกโดยตรง เพื่อทำให้น้ำนมเกิดการจับตัว เป็นก้อน (Curd) จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีอายุเก็บได้นานขึ้น แต่ผู้บริโภคที่คุ้นเคยกับรสของโยเกิร์ตธรรมชาติแล้วจะไม่ค่อยยอมรับโยเกิร์ตที่ผลิตโดยวิธีนี้

คุณค่าทางโภชนาการ

ผู้ที่บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเป็นประจำจะได้รับสารอาหาร ที่ช่วยให้ร่างกายมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง และอายุยืน โดยคุณประโยชน์ของโยเกิร์ตชนิดครีมสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ช่วยในการทำงานของระบบย่อยอาหาร ทำให้ร่างกายสามารถย่อยสลาย และดูดซึมสารอาหารในโยเกิร์ตไปใช้ได้มาก โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่กระเพาะอาหารจะมีกรดในปริมาณน้อย การรับประทานโยเกิร์ตชนิดครีมจะเป็นการเพิ่มกรดแลคติก เนื่องจากจุลินทรีย์ที่มีชีวิตอยู่ในโยเกิร์ตชนิดครีมจะย่อยสลายน้ำตาลเกิดเป็นกรดขึ้น กรดแลคติกจะเข้าไปแทนที่กรดในกระเพาะที่ขาดไปทำให้การย่อยอาหารดีขึ้น

2. มีวิตามินบี ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันและเม็ดเลือด นอกจากนี้ยังช่วยให้อารมณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฉ่งมิโซ

3. มีแคลเซียม ทำให้คนแก่ช้าลง ฟันและกระดูกแข็งแรง
4. ทำลายวิตามินซึ่งเป็นสารที่มีอยู่ในลำไส้ ทำให้เกิดอาการแพ้ต่าง ๆ เช่น ลมพิษ

เป็นต้น

5. ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลในเลือด โดยเชื่อกันว่าสารเคมีที่ชื่อว่า ไฮดร็อกซีเมทิลกลูตาเรต (Hydroxy Methylglutarate) ที่ได้จากการสร้างของเชื้อโกลีเทียชนิดครีม จะมีคุณสมบัติยับยั้งการสังเคราะห์คอเลสเตอรอลในร่างกาย

คุณภาพและมาตรฐาน

ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข ได้กำหนดคุณภาพและมาตรฐานของโกลีเทียชนิดครีม ดังต่อไปนี้ (สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร , 2527)

1. มีโปรตีนไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.5 ของน้ำหนัก
2. ตรวจไม่พบแบคทีเรียชนิด E. Coli ในอาหาร 0.1 กรัม
3. ไม่ใช้วัตถุที่ทำให้ความหวานแทนน้ำตาล
4. ไม่มีวัตถุกันเสีย
5. ไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค
6. ไม่มีสารเป็นพิษจากจุลินทรีย์ในปริมาณที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

สภาวะการตลาดของโกลีเทียชนิดครีม

การตลาดของโกลีเทียชนิดครีมในปัจจุบัน

ตลาดของโกลีเทียชนิดครีมนั้นค่อนข้างจะทรงตัว กล่าวคือ ไม่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วแบบอาหารนมประเภทอื่น ๆ เนื่องจากมีปัญหาใหญ่คือราคาอยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อเปรียบเทียบกับโกลีเทียพร้อมดื่ม (ตารางที่ 2) และมีปัญหาในเรื่องการจัดจำหน่ายเนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนยังเข้าใจว่าโกลีเทียจะต้องเป็นโกลีเทียแบบพร้อมดื่ม ในพ.ศ. 2530 มูลค่าทางการตลาดของ

โยเกิร์ตชนิดครีมประมาณ 70 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวของตลาดประมาณร้อยละ 10-15 โดยผู้ครอบครองส่วนแบ่งตลาดถึงประมาณร้อยละ 80 คือ โฟร์โมสต์ ซึ่งได้เปรียบที่หืออื่นตรงที่ผลิตภัณฑ์นมประเภทนี้วางจำหน่ายร่วมกันอยู่ เช่น ไอศกรีม นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม ดังนั้นชื่อหือจึงอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค และมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกหือของผู้บริโภคค่อนข้างมาก โยเกิร์ตชนิดครีมหืออื่นที่วางจำหน่ายในท้องตลาดได้แก่ โยเพลทของบริษัทอุตสาหกรรมนมไทย (เจ้าของผลิตภัณฑ์นมตราหือ) และดัชชีมิลล์ของบริษัทโปรฟู้ด จำกัด ซึ่งมีจำหน่ายทั่วไปเช่นเดียวกับ โฟร์โมสต์ ส่วนโยเกิร์ตชนิดครีมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เน้นการจำหน่ายเฉพาะในมหาวิทยาลัยเท่านั้น (นิรนาม , 2535ก)

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมพบว่า ผู้บริโภคในประเทศไทยบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมโดยเฉลี่ยคนละ 7.5 ถ้วย/ปี นับว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศฝรั่งเศสซึ่งมีอัตราการบริโภคสูงถึงคนละ 110 ถ้วย/ปี จึงพอจะสรุปได้ว่าโอกาสที่จะขยายตลาดยังเป็นไปได้มาก ปัจจุบันมูลค่าทางการตลาดของโยเกิร์ตชนิดครีมเพิ่มขึ้นอย่างมาก จาก พ.ศ. 2532 ซึ่งมีมูลค่าทางการตลาดเพียง 600 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 1,450 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2533 หรือ มูลค่าทางการตลาดรวมของโยเกิร์ตชนิดครีมสูงกว่า 800,000 ขวด/ปี หรือกว่า 18 ล้านลิตร

อัตราการขยายตัวของตลาดโยเกิร์ตชนิดครีมนั้นยังคงมีแนวโน้มที่สดใส เนื่องจากปัจจัยสนับสนุน 2 ประการที่สำคัญคือ ปัจจุบันคนไทยเอาใจใส่เรื่องสุขภาพอนามัยมากขึ้น และการชี้ให้เห็นถึงคุณค่าทางโภชนาการของโยเกิร์ตชนิดครีมให้มากขึ้น เท่ากับเป็นการให้การศึกษาเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักกับสินค้า แต่โยเกิร์ตชนิดครีมนั้นมีข้อจำกัดในการจำหน่ายในด้านอายุของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งตัวสินค้าเองยังต้องอาศัยความเข้าใจจากผู้บริโภคถึงคุณประโยชน์ทางโภชนาการ กล่าวคือตลาดประมาณร้อยละ 90 ได้มาจากการสร้างความเข้าใจและยอมรับในการบริโภค ดังนั้นจะเห็นว่าตลาดของโยเกิร์ตชนิดครีมจะรวมตัวอยู่ในภาคกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่ในปัจจุบันตลาดเริ่มขยายออกไปในจังหวัดใหญ่อื่น ๆ พร้อมกับการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคด้วย นอกจากนี้ผลของการรณรงค์ค่านิยมซึ่งเป็นความร่วมมือของภาครัฐบาลและภาคเอกชน ตั้งแต่พ.ศ. 2529 มีผลต่อเนื่องให้ตลาดโยเกิร์ตชนิดครีมเติบโตตามไปด้วย (นิรนาม , 2536ข)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นสำคัญที่จะทำให้ตลาดโยเกิร์ตชนิดครีมขยายตัว ซึ่งบริษัทผู้ผลิตเน้นเป็นจุดขาย เนื่องจากคุณสมบัติพิเศษคือ ช่วยบำรุงร่างกาย และช่วยในเรื่องระบบขับถ่าย ทั้งยังไม่มีส่วนของไขมันนมที่จะทำให้อ้วนมากเท่ากับผลิตภัณฑ์นมประเภทอื่น ๆ ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายอาศัยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์เหล่านี้มาใช้ในการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ปัจจุบันผู้ผลิตเริ่มจับตลาดกลุ่มเป้าหมายหลักอีกกลุ่มหนึ่ง คือผู้หญิงวัยทำงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างสูง และผู้ที่มีวัตถุประสงค์ที่จะบริโภคสินค้าเพื่อรักษาทรนถาวร รูปแบบอีกอย่างหนึ่งของการแข่งขันในปัจจุบันก็คือ การลด แลก แจก แถม โดยมีจุดแจกสินค้าให้ทดลองฟรีตามห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ตหลายแห่ง รวมทั้งการเพิ่มประเภทของสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งรสชาติผลไม้ต่างชนิด เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

ตารางที่ 2 ราคาต่อปริมาตรของโยเกิร์ตชนิดครีมที่มีจำหน่ายในท้องตลาด

ชื่อสินค้า	ราคา /100 มิลลิลิตร (บาท)	ราคา /ขวด (บาท)	ปริมาตรสุทธิ (มิลลิลิตร)	ปริมาณนม (ร้อยละ)	ประเภทนม	ช่วงวันหมดอายุ 1/ (วัน)
ดัชมิลล์ (ธรรมดา)	4.20	7.50	180	100	นมโคธรรมดา	22
ดัชมิลล์ (ผลไม้)	4.20	7.50	180	78.5/2.4	นม/นมผงขาดมันเนย	12
คาน่อน (ผลไม้)	4.40	5.50	125	79.5	นมโคธรรมดา	22
ดัชชี (ชีส)	4.40	7.50	170	75/3	นม/นมผงขาดมันเนย	19
โยเพลท (ธรรมดา)	4.70	7.00	150	85/4	นม/นมผงขาดมันเนย	12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ชื่อสินค้า	ราคา /100 มิลลิลิตร (บาท)	ราคา /ขวด (บาท)	ปริมาตรสุทธิ (มิลลิลิตร)	ปริมาณนม (ร้อยละ)	ประเภทนม	ช่วงวันหมดอายุ 1/ (วัน)
เดลี สวิส (ผลไม้)	4.70	7.00	150	74.9/1	นม/นมผงขาดมันเนย	12
เดลี สวิส (ไขมันต่ำ)	5.30	8.00	125	73.2/2.4	นม/นมผงขาดมันเนย	12

หมายเหตุ 1/ ช่วงวันหมดอายุ นับจากวันสำรวจคือวันที่ 21 เมษายน 2538
ที่มา : (นิรนาม , 2538)

ประเภทของโยเกิร์ตชนิดครีม

ปัจจุบันโยเกิร์ตชนิดครีมที่วางจำหน่ายในตลาดมี 3 ประเภท คือ

1. โยเกิร์ตแบบธรรมดาหรือโยเกิร์ตสูตรนมสด (Plain Yoghurt) ที่ไม่ได้ปรุงแต่งกลิ่น รส หรือเติมผลไม้ลงไป
2. โยเกิร์ตรสผลไม้ ซึ่งมีทั้งแบบชั้นเดย์หรือผลไม้รองก้นถ้วย (Sundae or Fruit on The Bottom) คือเนื้อผลไม้อยู่ก้นภาชนะ เวลาบริโภคต้องคนให้เข้ากันก่อน ส่วนใหญ่เป็นโยเกิร์ตธรรมชาติ (Natural Yoghurt) และโยเกิร์ตที่มีรสต่าง ๆ (Flavoured Yoghurt) โยเกิร์ตรสผลไม้อีกประเภทหนึ่ง คือ แบบสวิส หรือสูตรผสมเนื้อผลไม้ กับโยเกิร์ตสำเร็จรูป (Stirred Type หรือ Swiss Style หรือ Parfait Style)
3. โยเกิร์ตที่ผสมน้ำตาล หรือบางครั้งอาจจะเติมรสผลไม้ลงไปด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม

ปัจจุบัน คนไทยรู้จักโยเกิร์ตชนิดครีมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่นิยมบริโภคกันมากในประเทศแถบตะวันตก แต่ยังมีผู้บริโภคจำนวนน้อยที่รู้จักโยเกิร์ตชนิดครีมอย่างแท้จริง บางคนบริโภคตามแฟชั่น บางคนบริโภคเพราะพึงพอใจในรสชาติ แต่บางคนก็บริโภคด้วยความไม่แน่ใจว่าโยเกิร์ตชนิดครีมนี้เป็นนมบูดหรือไม่ ซึ่งการขยายตลาดโยเกิร์ตชนิดครีมก็จะเป็นเรื่องสำหรับผู้ผลิตจะต้องสร้างความเข้าใจและความรู้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ การให้ทดลองชิมและมีทัศนคติที่ดีสำหรับโยเกิร์ตชนิดครีมเมื่อเริ่มบริโภคนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญ ข้อแนะนำถึงสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม คือ

1. จะต้องดูวันที่หมดอายุ ซึ่งพิมพ์ไว้ที่ภาชนะบรรจุเพื่อให้ได้ของที่ดีมีคุณภาพ
2. ภาชนะบรรจุต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อย ควรซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมที่บรรจุในภาชนะที่ไม่มีรอยบุบสลาย ใสสะอาด เพราะเชื้อโรคจะเข้าไปตามรอยบุบสลายนั้นได้
3. เนื้อครีมของโยเกิร์ตจะต้องอยู่ในลักษณะกึ่งแข็งกึ่งเหลว ไม่มีลักษณะแยกตัวออกจากกันระหว่างนมกับน้ำ และไม่มีลักษณะเลอะจนเกินไป

ฉลากของโยเกิร์ตชนิดครีม

จำนวนส่วนผสมต่าง ๆ ที่ใส่เพิ่มเข้าไปในโยเกิร์ตแต่ละยี่ห้อที่มีความแตกต่างกันไป เช่น ส่วนหนึ่งอาจมีการเติมสีลงไปด้วย ขณะที่อีกส่วนหนึ่งอาจเป็นเพียงสีธรรมชาติของโยเกิร์ตหรือโยเกิร์ตธรรมชาติอาจไม่จำเป็นต้องเติมสารที่ทำให้อยู่ตัว แต่โยเกิร์ตแบบปรุงแต่งที่มีการเติมผลไม้ลงไป จำเป็นต้องเติมสารที่ทำให้อยู่ตัวเช่น เจลาติน อาการ์ (ประมาณร้อยละ 0.1-0.5) ส่วนที่จะบอกให้ผู้บริโภคทราบว่า ผลิตภัณฑ์ใดมีส่วนผสมอะไรบ้าง และในปริมาณเท่าไรนั้นก็คือฉลาก แต่โดยส่วนใหญ่ฉลากของโยเกิร์ตชนิดครีมที่มีจำหน่ายในประเทศไทย มักไม่ได้บอกอะไรให้ทราบเลย นอกจากบอกจำนวนเปอร์เซ็นต์ของนม น้ำตาล วัตถุปรุงแต่ง (ผลไม้) นมผงขาดมันเนย ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคคนไทยมักไม่ค่อยให้ความสนใจในส่วนของฉลากเท่าที่ควร เป็นผลให้ผู้ผลิตในประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญในส่วนนี้เช่นกัน (นอกจากจะมีข้อบังคับของหน่วยงานราชการที่ดูแลกำหนดไว้ให้แสดง) ด้วยเหตุนี้ฉลากของโยเกิร์ตชนิดครีมจึงไม่บอกให้ผู้บริโภคทราบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และข้อความของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า**

ถึงคุณค่าทางโภชนาการของโยเกิร์ตชนิดครีม ซึ่งจะแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ของต่างประเทศที่
ผู้ผลิตจะให้ความสำคัญของฉลากโภชนาการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของพฤติกรรมกรรมการบริหารโกลด์เฮอร์ตซ์นิตครีมี ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารโกลด์เฮอร์ตซ์นิตครีมี และทัศนคติที่มีต่อการบริหารโกลด์เฮอร์ตซ์นิตครีมีของผู้บริหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 120 รายนั้น สามารถนำเสนอผลการศึกษา โดยการแจกแจงรายละเอียด และอธิบายตามแต่ละตาราง ได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

เพศ

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับเพศของผู้บริหารโกลด์เฮอร์ตซ์นิตครีมีกลุ่มตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 120 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.16 เพศชายจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.83 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 เพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
หญิง	71	59.16
ชาย	49	40.83
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ

เมื่อพิจารณาด้านอายุของผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.16 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.66 จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มนี้เป็นผู้ที่อยู่ในวัยศึกษาและวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เน้นความสะดวกในการบริโภคและต้องการอาหารเสริมที่มีคุณค่าต่อร่างกาย จึงนิยมที่จะบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมมากกว่า ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี มีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.16 และช่วงอายุที่มีจำนวนการบริโภคโยเกิร์ตชนิดรีมน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 12 รายหรือร้อยละ 10.00 เท่านั้น เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่มีความสนใจที่จะเลือกซื้อ เพราะเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต่อร่างกายมากนัก (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 อายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
15 - 25 ปี	38	31.66
26 - 35 ปี	53	44.16
36 - 45 ปี	17	14.16
46 ปีขึ้นไป	12	10.00
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานภาพ

ผู้บริโภครายเกี่วตชนนคคร่มส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวนมากที่สุดคือ 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.66 รองลงมาคือ สมรสแล้ว จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.66 และ หย่าร้าง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.66 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 สถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	68	56.66
สมรส	50	41.66
หย่าร้าง	2	1.66
รวม	120	100.00

ระดับการศึกษา

จากการสำรวจผู้บริโภครายเกี่วตชนนคคร่มในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านระดับการศึกษาซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ กับผู้ที่จบการศึกษาแล้ว พบว่า สำหรับผู้ที่กำลังศึกษานั้น มีผู้บริโภครายเกี่วตชนนคคร่มที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวนมากที่สุด 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.66 รองลงมาคือ ผู้ที่กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.16 ส่วนผู้บริโภครายเกี่วตชนนคคร่มที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปวส. มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.33 และ มีผู้บริโภครายเกี่วตชนนคคร่มที่กำลังศึกษาต่อในระดับปริญญาโท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.66 สำหรับผู้ที่จบการศึกษาแล้วนั้น มีผู้บริโภครายเกี่วตชนนคคร่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวนมากที่สุดคือ 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา หรือปวส. จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.83 และมีผู้บริโภคที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.83 ที่เหลือเป็นผู้บริโภคที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 และมีเพียง 1 ราย ที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 0.83 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กำลังศึกษาระดับ		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	5	4.16
อนุปริญญา/ปวส.	4	3.33
ปริญญาตรี	20	16.66
ปริญญาโท	2	1.66
จบการศึกษาระดับ		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.83
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	7	5.83
อนุปริญญา/ปวส.	19	15.83
ปริญญาตรี	57	47.50
ปริญญาโท	3	2.50
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพ

ผู้บริโภทยุติการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.16 รองลงมาคือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 เป็นนักศึกษา จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.66 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 สำหรับผู้ประกอบการ และแม่บ้าน จำนวน 12 ราย และ 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ 5.83 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภครวมที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 ซึ่งหนึ่งในสามรายประกอบอาชีพรับจ้างวาดรูป ส่วนอีกสองรายประกอบอาชีพเป็นช่างเสริมสวย (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พนักงานเอกชน	41	34.16
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	17.50
นักศึกษา	20	16.66
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	16	13.33
รับราชการ	12	10.00
แม่บ้าน	7	5.83
อื่น ๆ	3	2.50
รวม	120	100.00

หมายเหตุ อื่น ๆ คือประกอบอาชีพรับจ้างวาดรูป และช่างเสริมสวย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้บริโภครายเก็รตชนครรมมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในอัตราค่อนข้างสูง โดยส่วนใหญ่ ผู้บริโภคมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 41ราย คิดเป็น ร้อยละ 34.16 รองลงมาคือมีระดับรายได้ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนระดับรายได้ระหว่าง 20,001 - 50,000 บาท มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.16 และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในระหว่าง 3,000 - 5,000 บาท จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ส่วนระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่า 3,000 บาท มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.33 ที่เหลือมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.83 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 บาท	4	3.33
3,000 - 5,000 บาท	16	13.33
5,001 - 10,000 บาท	30	25.00
10,001 - 20,000 บาท	41	34.16
20,001 - 50,000 บาท	23	19.16
มากกว่า 50,000 บาท	1	0.83
ไม่ให้ข้อมูล	5	4.16
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมกรบวริภคโยเกิรตชนนคครึม

ควมชอบในกรบวริภคโยเกิรตชนนคครึม

จกรบวริภคโยเกิรตชนนคครึม พบว มีอตรลวส่วน
กิลลเค็องกันมกร แต่มอตรลวควมชอบบวริภคโยเกิรตชนนคครึมมกรกววไม่ชอบ คอ มีผู้บวริภคชอบ
บวริภคโยเกิรตชนนคครึม - จนวน 62 รช คคเป็นร้อลล 51.66 ส่วนผู้บวริภคที่ไม่ชอบบวริภค
โยเกิรตชนนคครึม จนวน 58 รช ซึ่งในทึนแบ่งเป็นผู้ที่ไม่ชอบแต่ยังบวริภคอยู่ จนวน 42 รช
คคเป็นร้อลล 35.00 และผู้ที่ไม่ชอบและเลิกบวริภคแล้ว จนวน 16 รช คคเป็นร้อลล
13.33 (ตวรทงที่ 9)

ตวรทงที่ 9 ควมชอบในกรบวริภคโยเกิรตชนนคครึม

ควมชอบในกรบวริภค	จนวน(คน)	ร้อลล
ชอบ	62	51.66
ไม่ชอบแต่ยังบวริภคอยู่	42	35.00
ไม่ชอบและเลิกบวริภคแล้ว	16	13.33
รวม	120	100.00

ส่วเหตุที่ผู้บวริภคชอบหรือไม่ชอบบวริภคโยเกิรตชนนคครึม

เพื่อเป็นการศกษถึงเหตุผล หรือ ส่วเหตุที่ผู้บวริภคชอบ หรือไม่ชอบบวริภคโยเกิรต
ชนนคครึม จึงได้กำหนดตัวเลอให้ผู้บวริภคตัวอย่างได้เลอตอบได้มกรกวว 1 ข้อ เพื่อจทรบว

เอกสรนึเป็นเอกสรที่สงวนไว้ส่วกรใช้งานเพื่อการศกษเท่นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้นกรค้
ไม่วกรณใด ๆ ทังสิ้น อึทงห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อห และด้องอ้งอิงถึงเจ้าของเอกสรทกร้งที่มีกรนำไปใช้

สาเหตุที่แท้จริง ผู้บริโภคที่ตอบว่าไม่ชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมจากผู้บริโภคทั้งหมด 58 ราย สาเหตุสำคัญสาเหตุแรกที่ผู้บริโภคไม่ชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม เพราะเห็นว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องบริโภค จำนวน 27 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาเห็นว่ามีรสชาติไม่อร่อย และคิดว่าเป็นนมบูด จำนวน 23 และ 15 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 28.75 และ 18.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 10) ผู้บริโภคที่ตอบว่าชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมจากผู้บริโภคทั้งหมด 62 ราย ชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม เพราะเห็นว่ามีรสอร่อย จำนวน 34 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 30.63 รองลงมาคือต้องการลดความอ้วน จำนวน 31 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.92 ส่วนสาเหตุสุดท้ายคือต้องการให้ผิวพรรณดี จำนวน 1 คำตอบ หรือร้อยละ 0.90 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 10 สาเหตุที่ไม่ชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม 1/

สาเหตุ	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
คิดว่าจะไม่มีความจำเป็นที่จะต้องบริโภค	27	33.75
เห็นว่ามีรสชาติไม่อร่อย	23	28.75
คิดว่าเป็นนมบูด	15	18.75
ราคาแพง	7	8.75
หาซื้อยาก	4	5.00
อื่น ๆ	4	5.00

หมายเหตุ อื่น ๆ หมายถึง ไม่ทราบประโยชน์ที่แท้จริงของโยเกิร์ตชนิดครีม และคิดว่าบริโภคนมสดดีกว่า

1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 11 สาเหตุที่ชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม 1/

สาเหตุ	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
มีรสอร่อย	34	30.63
ต้องการลดความอ้วน	31	27.92
ใช้รับประทานแทนอาหารบางมื้อได้	26	23.42
เห็นว่ามีคุณค่าทางโภชนาการ	17	15.31
ผู้ปกครองซื้อให้บริโภค	2	1.80
ต้องการให้ผิวพรรณดี	1	0.90

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ความสม่ำเสมอในการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

จากจำนวนผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม 104 ราย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเป็นบางวันไม่สม่ำเสมอคือ ไม่บริโภคประจำ จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.53 และมีผู้บริโภคที่บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเป็นประจำ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.46 (ตารางที่ 12)

ช่วงเวลาที่บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักไม่จำกัดเวลาในการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.69 ส่วนผู้บริโภคที่จำกัดเวลาในการบริโภค พบว่าส่วนใหญ่เลือกที่จะบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในช่วงเวลาเย็น มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.07 รองลงมาคือ ช่วงเวลาก่อนนอน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.61 ส่วนช่วงเวลาที่ไม่วัดสนับบริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือ เวลาเช้า จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.88 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 12 ความสม่ำเสมอในการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

ความสม่ำเสมอในการบริโภค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่บริโภคประจำ	90	86.53
บริโภคประจำ	14	13.46
รวม	104	100.00

ตารางที่ 13 ช่วงเวลาที่มีกบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

ช่วงเวลา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่จำกัดเวลา	60	57.69
เช้า	3	2.88
กลางวัน	7	6.73
เย็น	24	23.07
ก่อนนอน	10	9.61
รวม	104	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาณขนาดบรรจุของโยเกิร์ตชนิดครีม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักเลือกบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในขนาด 150 มิลลิลิตร จำนวน 62 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 44.60 และเลือกบริโภคขนาด 125 มิลลิลิตร จำนวน 35 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.18 ส่วนขนาด 170 มิลลิลิตร และ 180 มิลลิลิตร มีผู้บริโภค จำนวน 23 และ 10 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.55 และ 7.19 ตามลำดับ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ปริมาณขนาดบรรจุที่เลือกบริโภค 1/

ขนาดบรรจุ	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
125 มิลลิลิตร	35	25.18
150 มิลลิลิตร	62	44.60
170 มิลลิลิตร	23	16.55
180 มิลลิลิตร	10	7.19
ไม่ให้ข้อมูล	9	6.47

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ปริมาณการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมต่อสัปดาห์

ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในปริมาณ 2 - 4 ถ้วยต่อสัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.38 บริโภคต่ำกว่า 2 ถ้วยต่อสัปดาห์ จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.92 และบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมตั้งแต่ 9 ถ้วยขึ้นไป จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.76 (ตารางที่ 15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 ปริมาณการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมต่อสัปดาห์

ปริมาณการบริโภคต่อสัปดาห์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2 ถ้วย	28	26.92
2 - 4 ถ้วย	42	40.38
5 - 8 ถ้วย	18	17.30
9 ถ้วยขึ้นไป	6	5.76
ไม่ให้ข้อมูล	10	9.62
รวม	104	100.00

ชื่อของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ชอบบริโภค

ผู้บริโภคชอบโยเกิร์ตชนิดครีมชื่อโยโสมส์มากที่สุด จำนวน 67 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 32.05 รองลงมาคือชื่อดัชชีมิลล์ จำนวน 58 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.75 ส่วนชื่อที่มีผู้บริโภคนิยมรองลงมาคือ ดาน่อน จำนวน 27 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.91 นิยมบริโภคชื่อดัชชี จำนวน 21 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.04 นิยมชื่อโยเพลท์ จำนวน 16 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.65 นิยมบริโภคชื่อเมจิ จำนวน 9 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.31 ส่วนชื่อที่มีผู้บริโภคนิยมบริโภคในจำนวนเท่ากัน คือ สวิส สไตล์ และ เคลี่ สวิส จำนวน 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.39 ชื่อที่มีผู้บริโภคนิยมน้อยที่สุด คือ พุดดิ่ง จำนวน 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.47 (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 ยี่ห้อของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ชอบบริโภค 1/

ยี่ห้อ	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
โยโมสต์	67	32.06
ดัชมีลล์	58	27.75
คาน่อน	27	12.91
ดัชชี	21	10.05
โยเพลท์	16	7.66
เมจิ	9	4.31
สวีส์ สไตล์	5	2.39
เคลล์ สวีส์	5	2.39
พุดดิง	1	0.47

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

รสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ชอบบริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ นิยมบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมรสสดรอบเบอร์มากที่สุด จำนวน 62 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 28.70 รสชาติที่นิยมรองลงมาคือ รสฟรุ๊ตสลัดหรือผลไม้ผสม จำนวน 47 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.75 สำหรับรสสับปะรดนั้น มีผู้ที่นิยมบริโภคจำนวน 30 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.88 ส่วนรสชาติที่มีผู้บริโภคนิยมบริโภคในจำนวนใกล้เคียงกัน คือ รสลิ้นจี่ และรสส้ม จำนวน 23 และ 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.64 และ 10.18 ตามลำดับ โยเกิร์ตชนิดครีมสูตรนมสด มีผู้นิยมบริโภคจำนวน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.87 บริโภครสช็อกโกแลตจำนวน 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.01 และมีผู้บริโภคที่นิยมบริโภครสมะพร้าวเป็นจำนวนน้อยที่สุด 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.92 (ตารางที่ 17)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 รสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ชอบบริโภค 1/

รสชาติ	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
สตอเบอรี่	62	28.70
ฟรุ๊ตสลัดหรือผลไม้ผสม	47	21.75
สับปะรด	30	13.88
ลิ้นจี่	23	10.64
ส้ม	22	10.18
สูตรนมสด	17	7.87
ธัญญาหาร	13	6.01
มะพร้าว	2	0.92

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

สถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมจากซูเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 73 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 41.48 รองลงมาเลือกซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า จำนวน 44 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.00 เลือกซื้อจากร้านค้าปลีกทั่วไป จำนวน 28 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.91 เลือกซื้อจากร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) เป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.66 นอกจากนี้พบว่าผู้บริโภคจะเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมจากสถานที่ที่สะดวกในการหาซื้อโดยไม่เจาะจง เช่น ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีกทั่วไป ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า หรือ ร้านสะดวกซื้อ ขึ้นอยู่กับความสะดวกเป็นสำคัญ จำนวน 14 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.95

ตารางที่ 18 สถานที่ที่เลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม 1/

สถานที่	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
ซูเปอร์มาร์เก็ต	73	41.48
ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า	44	25.00
ร้านค้าปลีกทั่วไป	28	15.91
ร้านสะดวกซื้อ (Convenion Store)	17	9.66
เลือกซื้อจากสถานที่ที่สะดวก ในการหาซื้อโดยไม่เจาะจง	14	7.95

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

สาเหตุที่เลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมจากสถานที่ดังกล่าว

ความคิดเห็นของผู้บริโภค ในการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมจากสถานที่ดังกล่าว ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า สะดวกในการหาซื้อ จำนวน 93 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 53.44 รองลงมา เพราะมีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ จำนวน 52 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.88 คิดว่าซื้อได้ราคาถูก และมีการบริการที่ดี จำนวน 19 และ 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.91 และ 4.02 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีผู้บริโภคนบางส่วนที่เห็นว่า การเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมในสถานที่ดังกล่าวจะทำให้ ได้รับความสดของตัวสินค้า จำนวน 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.72 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 สาเหตุที่เลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมจากสถานที่ดังกล่าว 1/

สาเหตุ	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
สะดวกในการหาซื้อ	93	53.44
มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ	52	29.88
ซื้อได้ราคาถูก	19	10.91
มีการบริการที่ดี	7	4.02
ได้รับความสดของสินค้า	3	1.72

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

ปัจจัยในการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม

จากการสำรวจ พบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมของผู้บริโภค คือ รสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีม จำนวน 84 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.01 อันดับสองคือ คุณภาพของโยเกิร์ตชนิดครีม จำนวน 40 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.86 ส่วนความสะดวกในการหาซื้อนั้นมีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม จำนวน 39 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.54 การเลือกซื้อจาก วันหมดอายุ และตราสัญลักษณ์ จำนวนเท่ากันคือ 35 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.25 เลือกซื้อเพราะปัจจัยด้านสื่อโฆษณา และสภาพการบรรจุหีบห่อ จำนวน 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.18 และมีจำนวน 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.32 มีความเห็นว่าปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อ เนื่องจากถ้ามีความต้องการที่จะบริโภคก็จะซื้อบริโภคโดยไม่คำนึงถึงปัจจัยใด ๆ ทั้งสิ้น (ตารางที่ 20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 ปัจจัยในการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม 1/

ปัจจัย	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
รสชาติ	84	27.01
คุณภาพ	40	12.86
ความสะดวกในการหาซื้อ	39	12.54
ตราสัญลักษณ์	35	11.25
วันหมดอายุ	35	11.25
ราคา	22	7.07
คำแนะนำของผู้ที่เคยบริโภคมาก่อน	17	5.47
สื่อโฆษณา	13	4.18
สภาพการบรรจุภัณฑ์	13	4.18
การส่งเสริมการขาย	12	3.86
ปัจจัยต่าง ๆ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อ	1	0.32

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเมื่อซื้อห่อประจำมีราคาสูงขึ้น

เมื่อโยเกิร์ตชนิดครีมซื้อห่อประจำมีราคาสูงขึ้น กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคน้อยลง จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.46 รองลงมาคือบริโภคตามปกติ จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.54 เปลี่ยนไปบริโภคยี่ห้ออื่นแทน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.26 และจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.73 ที่คิดว่าจะเลิกบริโภค เมื่อโยเกิร์ตชนิดครีมซื้อห่อที่บริโภคประจำมีราคาสูงขึ้น (ตารางที่ 21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 การบริโภคนมโยเกิร์ตชนิดครีมเมื่อซื้อห่อประจำมีราคาสูงขึ้น

การบริโภค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บริโภคน้อยลง	40	38.46
บริโภคตามปกติ	38	36.54
เปลี่ยนไปบริโภคตราอื่นแทน	19	18.26
เลิกบริโภค	7	6.73
รวม	104	100.00

การบริโภคนมโยเกิร์ตชนิดครีมเมื่อซื้อห่อใหม่มีการลด แลก แจก แถม

เมื่อโยเกิร์ตชนิดครีมซื้อห่อใหม่มีการลด แลก แจก แถม ส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความเห็นว่า จะลองใช้ซื้อห่อใหม่แล้วเปรียบเทียบคุณภาพ เพื่อตัดสินใจในการบริโภคในคราวต่อไป จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.46 ส่วนผู้บริโภคที่ยังคงใช้ซื้อห่อเดิมมีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.76 และจะเปลี่ยนไปซื้อห่อใหม่แทน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.77 (ตารางที่ 22)

การบริโภคนมโยเกิร์ตชนิดครีมเมื่อซื้อห่อประจำมีการลด แลก แจก แถม

เมื่อโยเกิร์ตชนิดครีมซื้อห่อที่บริโภคประจำมีการลด แลก แจก แถม จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะยังคงซื้อในจำนวนเท่าเดิม จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.11 รองลงมาคือจะซื้อเพิ่มขึ้น จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.73 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.15 (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 22 การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเมื่อซื้อหอนมมี การลด แลก แจก แถม

การบริโภค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ลองใช้ซื้อหอนมแล้วเปรียบเทียบกับคุณภาพ	66	63.46
เพื่อตัดสินใจในการบริโภคในคราวต่อไป		
ยังคงใช้ซื้อหอนมเดิม	32	30.76
เปลี่ยนไปซื้อหอนมแทน	6	5.77
รวม	104	100.00

ตารางที่ 23 การบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม เมื่อซื้อหอนมขอประจำมีการลด แลก แจก แถม

การบริโภค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ซื้อเท่าเดิม	49	47.11
ซื้อเพิ่มขึ้น	33	31.73
ไม่แน่ใจ	22	21.15
รวม	104	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

ทัศนคติเกี่ยวกับระดับคุณค่าทางโภชนาการของโยเกิร์ตชนิดครีม

ผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า โยเกิร์ตชนิดครีมมีคุณค่าทางโภชนาการในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.96 มีความเห็นว่าโยเกิร์ตชนิดครีมมีคุณค่าทางโภชนาการอยู่ในระดับสูง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.34 และมีผู้บริโภคที่เห็นว่าโยเกิร์ตชนิดครีมนั้นไม่ให้คุณค่าเลยจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.96 (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ทัศนคติเกี่ยวกับระดับคุณค่าทางโภชนาการของโยเกิร์ตชนิดครีม

ทัศนคติ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ปานกลาง	79	75.96
สูง	17	16.34
ต่ำ	5	4.80
ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ	2	1.92
ไม่ให้คุณค่าเลย	1	0.96
รวม	104	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติเกี่ยวกับราคาของโยเกิร์ตชนิดครีม

ผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.15 ส่วนที่เหลือมีความคิดเห็นว่าแพงเกินไป และมีราคาถูก จำนวน 28 ราย และ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.92 และ 1.92 ตามลำดับ (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ทัศนคติเกี่ยวกับราคาของโยเกิร์ตชนิดครีม

ทัศนคติ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เหมาะสมดีแล้ว	74	71.15
แพงเกินไป	28	26.92
มีราคาถูก	2	1.92
รวม	104	100.00

ทัศนคติเกี่ยวกับขนาดบรรจุของโยเกิร์ตชนิดครีม

ผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มีความเห็นว่าขนาดบรรจุของโยเกิร์ตชนิดครีม มีขนาดเหมาะสมดีแล้ว จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.61 ส่วนที่เหลือมีความคิดเห็นว่าขนาดเล็กเกินไป จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.46 และขนาดใหญ่เกินไป 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.92 (ตารางที่ 26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 ทศนคติเกี่ยวกับขนาดบรรจุของโยเกิร์ตชนิดครีม

ทศนคติ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เหมาะสมดีแล้ว	88	84.61
ขนาดเล็กเกินไป	14	13.46
ขนาดใหญ่เกินไป	2	1.92
รวม	104	100.00

สื่อโฆษณาที่ได้รับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโยเกิร์ตชนิดครีมบ่อยที่สุด

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างได้รับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโยเกิร์ตชนิดครีม จากสื่อโฆษณาประเภทโทรทัศน์มากที่สุดจำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.53 รองลงมาคือ นิตยสาร จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.76 และได้รับการประชาสัมพันธ์จาก วิทยุ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.80 และจากสื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.88 (ตารางที่ 27)

การทดลองเปลี่ยนไปบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมยี่ห้ออื่น

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่คิดจะเปลี่ยนไปบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมยี่ห้ออื่น จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.96 ส่วนเหตุผลที่ไม่คิดเปลี่ยนไปบริโภคยี่ห้ออื่น เพราะพึงพอใจในรสชาติเดิม และมีความภักดีในตัวสินค้า ส่วนผู้บริโภคที่ต้องการทดลองเปลี่ยนไปบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมยี่ห้ออื่นนั้น ส่วนใหญ่เพราะต้องการลองรสชาติของยี่ห้ออื่น เพื่อเปรียบเทียบรสชาติที่ชอบที่สุด จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.15 (ตารางที่ 28)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 สื่อโฆษณาที่ได้รับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโยเกิร์ตชนิดครีมบ่อขที่สุด

สื่อโฆษณา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	90	86.53
นิตยสาร	6	5.76
วิทยุ	5	4.80
หนังสือพิมพ์	3	2.88
รวม	104	100.00

ตารางที่ 28 การทดลองเปลี่ยนไปบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมอื่น

การทดลอง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เปลี่ยน	53	50.96
เปลี่ยน	48	46.15
ไม่แน่ใจ	3	2.88
รวม	104	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติเกี่ยวกับการปรับปรุงตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม

ผู้บริโภคร้อยละ 56 คิดเป็นร้อยละ 32.36 รองลงมาคือควรปรับปรุงคุณภาพ จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.58 และมีผู้บริโภคน้อยกว่า 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.15 มีความเห็นว่า ควรมีการปรับปรุงตลาดโยเกิร์ตชนิดครีมอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้มีความทันสมัย และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในทุก ๆ ด้าน (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ทัศนคติเกี่ยวกับการปรับปรุงตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม 1/

ทัศนคติ	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
ปรับปรุงรสชาติ	56	32.36
ปรับปรุงคุณภาพ	46	26.58
ปรับปรุงราคา	38	21.96
ปรับปรุงภาชนะบรรจุ	17	9.82
ปรับปรุงขนาดบรรจุ	9	5.20
ปรับปรุงสื่อโฆษณา	5	2.89
ปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	2	1.15

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ทัศนคติต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมนั้น ผู้บริโภคเห็นว่าบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วทำให้มีระบบขับถ่ายที่ดีมากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 97 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

93.26 และเชื่อว่าทำให้ผิวพรรณดีเป็นอันดับสอง จำนวน 74 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 71.15 รองลงมาคือ สามารถลดความอ้วนได้ จำนวน 69 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 66.34 และทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง จำนวน 60 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 57.69 ส่วนผู้บริโภครู้ไม่เห็นด้วยนั้นส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยว่า บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วสามารถรักษาอาการเจ็บป่วยต่าง ๆ ได้ จำนวน 96 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 92.30 รองลงมาคือไม่เห็นด้วยว่าบริโภคแล้วจะทำให้สุขภาพเส้นผมแข็งแรง จำนวน 91 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 87.50 และไม่เห็นด้วยว่าบริโภคแล้วทำให้จิตใจร่าเริงแจ่มใส จำนวน 77 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 74.03 ส่วนผู้บริโภครู้ไม่เห็นด้วยว่าบริโภคทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง จำนวน 44 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 42.30 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 ทศนคติต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

ทศนคติ	จำนวน(คำตอบ) (ร้อยละ)	
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
ทำให้สุขภาพแข็งแรง	60 (57.69)	44 (42.30)
สามารถลดความอ้วนได้	69 (66.34)	35 (33.65)
ทำให้ผิวพรรณดี	74 (71.15)	30 (28.84)
สามารถรักษาอาการเจ็บป่วยได้	8 (7.69)	96 (92.30)
ทำให้มีระบบขับถ่ายที่ดี	97 (93.26)	7 (6.73)
ทำให้จิตใจร่าเริงแจ่มใส	27 (25.96)	77 (74.03)
ทำให้สุขภาพเส้นผมแข็งแรง	13 (12.50)	91 (87.50)
รวม	104(100.00)	104(100.00)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมต่อตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม

ผู้บริโภคมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อตลาดโยเกิร์ตชนิดครีมว่า ราคาควรจะถูกลงเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 72 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 44.72 รองลงมาคือควรมีสีหือของสินค้าให้เลือกมากขึ้น จำนวน 44 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.32 และควรถัดให้มีการส่งเสริมการช่ำมมากขึ้น จำนวน 40 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.84 นอกจากนั้นมีความเห็นว่ำควรมีการเพิ่มรสช่ำติของโยเกิร์ตชนิดครีมให้มีความหล่ำกหล่ำยมากขึ้น จำนวน 5 ร่ำย คิดเป็นร้อยละ 3.10 (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างต่อตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม 1/

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
ราคาควรจะถูกลง	72	44.72
ควรมีสีหือของสินค้าให้เลือกมากขึ้น	44	27.32
ควรถัดให้มีการส่งเสริมการช่ำมมากขึ้น	40	24.84
ควรมีเพิ่มรสช่ำติให้มีความหล่ำกหล่ำย	5	3.10

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม ในเขตกรุงเทพมหานคร ปีวิจัยที่มีผลต่อการบริโภค และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

ผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาแล้วในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท

พฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้งชอบและไม่ชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม แต่มีความชอบบริโภคมากกว่า และผู้บริโภคบางรายนั้น แม้ไม่ชอบบริโภคแต่ก็ยังมีการบริโภคอยู่จนถึงปัจจุบัน สาเหตุที่ไม่ชอบบริโภค เพราะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องบริโภค รองลงมาคือ เห็นว่ามีรสชาติไม่อร่อย ส่วนสาเหตุที่ชอบบริโภค เพราะเห็นว่ามีรสชาติอร่อย รองลงมาคือต้องการลดความอ้วน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเป็นประจำและบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมโดยเฉลี่ย 2 - 4 ถ้วย/สัปดาห์ สำหรับช่วงเวลาที่บริโภคโยเกิร์ตชนิดคริมนั้น ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มักไม่จำกัดเวลาในการบริโภค รองลงมาคือนิยมบริโภคในช่วงเวลาเย็น ส่วนปริมาณขนาดบรรจุของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคมากที่สุดคือ 150 มิลลิลิตร รองลงมาคือ 125 มิลลิลิตร โดยนิยมบริโภคยี่ห้อโสมสต์เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมานิยมบริโภคยี่ห้อ ดัชมิลล์ โดยจะเลือกบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมรสสตอเบอรี่ มากเป็นอันดับหนึ่ง และรสฟรุ๊ตสลัดหรือผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผสมเป็นอันดับสอง ส่วนสถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมคือ ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยให้เหตุผลที่เลือกซื้อในสถานที่ดังกล่าวเพราะสะดวกในการหาซื้อ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้โยเกิร์ตชนิดครีม

ปัจจัยแรกที่มีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม คือ รสชาติ รองลงมาคือ คุณภาพ และเมื่อซื้อที่บริโภคประจำมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีการบริโภคน้อยลง เมื่อโยเกิร์ตชนิดครีมมีหืออื่นมีการลด แลก แจก แถม ผู้บริโภคจะทดลองบริโภคหืออื่นนั้นแล้วเปรียบเทียบกับคุณภาพก่อน เพื่อนำไปตัดสินใจในการบริโภคคราวต่อไป และเมื่อโยเกิร์ตชนิดครีมมีหือที่ซื้อประจำมีการลด แลก แจก แถม ผู้บริโภคจะซื้อเท่าเดิมเป็นส่วนใหญ่

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

ทัศนคติเกี่ยวกับระดับคุณค่าทางโภชนาการของโยเกิร์ตชนิดครีม ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า โยเกิร์ตชนิดครีมมีคุณค่าทางโภชนาการอยู่ในระดับปานกลาง ทัศนคติเกี่ยวกับราคาของโยเกิร์ตชนิดครีมในปัจจุบัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าราคาของโยเกิร์ตชนิดครีมในปัจจุบันมีความเหมาะสมดีแล้ว ส่วนทัศนคติเกี่ยวกับขนาดบรรจุของโยเกิร์ตชนิดครีม ส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว สื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคได้รับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโยเกิร์ตชนิดครีมบ่อยที่สุดคือ โทรทัศน์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีความคิดที่จะทดลองเปลี่ยนไปบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมหืออื่น เนื่องจากชอบในรสชาติของหือเดิมอยู่แล้ว และมีความภักดีในตัวสินค้า ส่วนผู้บริโภคที่มีความคิดที่จะทดลองเปลี่ยนไปบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมหืออื่น เพราะต้องการทดลองรสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีมหืออื่น เพื่อเปรียบเทียบกับรสชาติที่พึงพอใจที่สุด

ทัศนคติต่อการปรับปรุงตลาดโยเกิร์ตชนิดครีมให้ดีขึ้น มีผู้บริโภคให้ความคิดเห็นว่า ควรปรับปรุงรสชาติมากที่สุด สำหรับทัศนคติต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมนั้น มีผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมจำนวนมากที่เห็นด้วย เพราะเชื่อว่าบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วทำให้มีระบบขับถ่ายที่ดี ส่วนผู้บริโภคที่ไม่เห็นด้วย ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยที่กล่าวว่า บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วสามารถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รักษาอาการเจ็บป่วยต่าง ๆ ได้ สำหรับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมต่อตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม ส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นว่า ราคาของสินค้าควรจะต่ำลง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ทำให้พบว่า ยังมีผู้บริโภคบางส่วนที่มีทัศนคติที่ไม่ถูกต้องต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม เห็นว่าเป็นอาหารสำหรับผู้ที่ต้องการลดความอ้วนเท่านั้น และส่วนใหญ่คิดว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมเสริม เพราะอาหารที่บริโภคในแต่ละมื้อก็เพียงพออยู่แล้ว ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะดำเนินการส่งเสริม หรือให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงตลาดโยเกิร์ตชนิดครีมให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ควรมีการส่งเสริมในการให้ความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับโยเกิร์ตชนิดครีมให้มากขึ้น จากหน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีการเผยแพร่ถึงคุณประโยชน์อันแท้จริงของโยเกิร์ตชนิดครีม และเปลี่ยนทัศนคติให้ผู้บริโภคทราบว่า โยเกิร์ตชนิดครีมเป็นอาหารเสริมสำหรับคนทุกเพศทุกวัย ไม่เจาะจงสำหรับผู้ที่ต้องการลดความอ้วนเท่านั้น หากผู้บริโภคได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องมากขึ้น จะทำให้ตลาดโยเกิร์ตชนิดครีมขยายตัวได้อีกมาก

2. สื่อโฆษณาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโยเกิร์ตชนิดครีมในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า มีการเน้นให้โยเกิร์ตชนิดครีมเป็นอาหารเสริมที่ช่วยให้คนมีรูปร่างที่ได้สัดส่วนมากกว่า การเน้นประโยชน์ต่อสุขภาพ กลุ่มผู้บริโภคจึงยังไม่กว้างขวางมากนัก ดังนั้นจึงควรปรับปรุงสื่อโฆษณาที่ใช้ โดยปรับรูปแบบในการนำเสนอของสื่อโฆษณาให้มุ่งถึงประโยชน์โดยรวมของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ผู้บริโภคจะได้รับ นอกจากการมีรูปร่างที่ได้สัดส่วนแล้ว เช่น จะทำให้ระบบขับถ่ายดีขึ้น กระดูกและฟันแข็งแรง รวมทั้งควรมีการเพิ่มประเภทของสื่อโฆษณาให้เข้าถึงและครอบคลุมผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยมากขึ้น เช่น นิตยสาร ป้ายรถประจำทาง ข้างตัวรถประจำทาง เพื่อสามารถกระจายกลุ่มผู้บริโภคให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

3. ผู้ผลิตควรปรับปรุงรุ่นและรสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีมให้มีความหลากหลาย เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค เช่น ดานอ่อนผลิตโยเกิร์ตชนิดครีมรสสับปะรดผสมมะพร้าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คัพชีผลิตโยเกิร์ตชนิดครีมรสโยเกิร์ต หรือเคลี่ สวิส ผลิตโยเกิร์ตชนิดครีมรุ่มโลก์ (โยเกิร์ตไขมันต่ำ) เพราะเป็นปัจจัยแรกที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม เนื่องจากโดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีความภักดีกับรสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีมที่พึงพอใจที่สุด และจะบริโภคยี่ห้อนั้นต่อไปเรื่อย ๆ

4. จากที่ผู้ผลิตพยายามเน้นจุดขายให้โยเกิร์ตชนิดครีมเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรคำนึงถึงความสำคัญของ ฉลาก และวันหมดอายุ เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณค่าทางโภชนาการของโยเกิร์ตชนิดครีม และช่วงระยะเวลาที่สามารถบริโภคได้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ศึกษาและตัดสินใจว่า ควรจะบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมของยี่ห้อใดจึงจะเกิดประโยชน์ต่อตัวผู้บริโภคเองมากที่สุด

5. เนื่องจากการผลิตน้ำนมดิบของไทย มีอัตราการขยายตัวที่ต่ำไม่เพียงพอกับความต้องการแปรรูปทำให้ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตโยเกิร์ตชนิดครีมสูงขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมการผลิตน้ำนมดิบอย่างจริงจังจากรัฐบาล เพื่อให้มีปริมาณน้ำนมดิบที่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น จัดอบรมเกษตรกรให้มีความรู้เกี่ยวกับการดูแลและรักษาแม่โคเป็นอย่างดี รวมทั้งสามารถปรับปรุงพันธุ์แม่โคให้ได้แม่โคที่มีน้ำนมที่มีคุณภาพมากขึ้น ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีการรวมกลุ่มในรูปแบบของสหกรณ์ และให้สหกรณ์เหล่านี้ดำเนินธุรกิจให้ครบวงจร คือ ธุรกิจการคัดเลือกแม่โคพันธุ์ดี ธุรกิจการขนส่งธุรกิจการแปรรูป เป็นต้น

6. ทำการปรับปรุงสภาพการบรรจุหีบห่อให้มีความสวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภคมากขึ้น เพราะ สภาพการบรรจุหีบห่อเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกบริโภคของผู้บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม จากยี่ห้อหนึ่งเป็นอีกยี่ห้อหนึ่งได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ณ จุดขายของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ย่อมรักความสวยงามเป็นธรรมชาติอยู่แล้ว

เอกสารอ้างอิง

กระป๋อง . 2535 . "ถ้าหยงนมสดลองนมเปรี้ยว ว่าด้วยเรื่องโปรตีน" . แม่บ้านทันสมัย .

7 (94) : น. 57-63 .

นิรนาม . 2535ก . "มารู้จักโยเกิร์ตกันเถอะ" . Fitness . 3 (25) : น. 77-80 .

_____ . 2535ข . "โยเกิร์ตอาหารเพื่อสุขภาพ" . Fitness . 3 (34) :

น. 75-78 .

_____ . 2536ก . "รู้จักโยเกิร์ต" . แพรว . (สิงหาคม 2536) . น. 165-174 .

_____ . 2536ข . "การเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม : นมเปรี้ยวตลาดชายตัว
แข่งขันเข้มขัน" . สรุปข่าวธุรกิจ . 24 (24) : น. 3-6 .

_____ . 2538 . "นมเปรี้ยว อาหารข้ามศตวรรษ" . ฉลาดซื้อ . 2 (7) :

น. 13-28 .

บาซิลลัส . 2535 . "จะเลือกทานโยเกิร์ตอย่างไร" . Best Buy . 2 (15) : น. 85-94 .

สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร . 2527 . ผลิตภัณฑ์นม . กรุงเทพมหานคร .

สยามออฟเซ็ทจำกัด .

สุปราณี ทิฆัมพรวิโรภาส . 2534 . พฤติกรรมการบริโภคนมเปรี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

. กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาควิชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม ปัญหาพิเศษ

เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านต้องการ และกรอกข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() 15-25 ปี () 26-35 ปี
() 36-45 ปี () ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

() โสด () สมรส
() หย่าร้าง () แยกกันอยู่
() อื่น ๆ (ระบุ) _____

4. ระดับการศึกษา

<u>กำลังศึกษาอยู่ในระดับ</u>	<u>จบการศึกษาในระดับ</u>
() มัธยมศึกษาตอนต้น	() มัธยมศึกษาตอนต้น
() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
() อนุปริญญา/ปวส.	() อนุปริญญา/ปวส.
() ปริญญาตรี	() ปริญญาตรี
() อื่น ๆ (ระบุ) _____	() อื่น ๆ (ระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> นักศึกษา | <input type="checkbox"/> รับราชการ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) _____ | |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3,000 บาท | <input type="checkbox"/> 3,000 - 5,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5,001 - 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 - 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาท |

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

7. ท่านชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมหรือไม่

- ชอบ (ข้ามไปตอบข้อ 9)
- ไม่ชอบแต่ยังบริโภคอยู่ (ไม่ต้องตอบข้อ 9)
- ไม่ชอบและเลิกบริโภคแล้ว (ตอบถึงข้อ 8)

8. สาเหตุที่ท่านไม่ชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เห็นว่ามีรสชาติไม่อร่อย
- ราคาแพง
- คิดว่าเป็นนมบูด
- หาซื้อยาก
- คิดว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องรับประทาน
- อื่น ๆ (ระบุ) _____

9. สาเหตุที่ท่านชอบบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> มีรสอร่อย | <input type="checkbox"/> เห็นว่ามีคุณค่าทางโภชนาการ |
| <input type="checkbox"/> ต้องการลดความอ้วน | <input type="checkbox"/> ใช้รับประทานแทนอาหารบางมื้อได้ |
| <input type="checkbox"/> ผู้ปกครองซื้อให้รับประทาน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) _____ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. ความสม่ำเสมอในการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

() บริโภคประจำ

() ไม่บริโภคประจำ

11. ช่วงเวลาที่ท่านมักบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

() เช้า

() กลางวัน

() เย็น

() ก่อนนอน

() ไม่จำกัดเวลา

() อื่น ๆ (ระบุ) _____

12. ปริมาตรขนาดบรรจุของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ท่านเลือกบริโภค (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 125 มิลลิลิตร

() 150 มิลลิลิตร

() 170 มิลลิลิตร

() 180 มิลลิลิตร

() อื่น ๆ (ระบุ) _____

13. ปริมาณการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมต่อสัปดาห์ _____ ถ้วย

() ต่ำกว่า 2 ถ้วย

() 2 - 4 ถ้วย

() 5 - 8 ถ้วย

() 9 ถ้วยขึ้นไป

14. สีของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ท่านชอบบริโภค (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ดาเนอ

() ดัชมิลล์

() คัสชี

() โยเพลท

() เมจิ

() สวิส สไตล์

() พุดดิง

() เดลี่ สวิส

() โยโมสต์

() อื่น ๆ (ระบุ) _____

15. รสชาติของโยเกิร์ตชนิดครีมที่ท่านชอบบริโภค (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() สตรอเบอร์รี่

() สับปะรด

() ลิ้นจี่

() สตรนมสด

() ฟรุ๊ตสลัดหรือผลไม้ผสม

() ช็อกโกแลต

() ส้ม

() อื่น ๆ (ระบุ) _____

16. สถานที่ที่ท่านมักเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ร้านค้าปลีกทั่วไป

() ซูเปอร์มาร์เก็ต

() ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า

() ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store)

() อื่น ๆ (ระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

17. สาเหตุที่ท่านเลือกซื้อโยเกิร์ตจากสถานที่ดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สะดวกในการหาซื้อ () มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ
() มีการบริการที่ดี () ซื้อได้ราคาถูก
() อื่น ๆ (ระบุ) _____

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้โยเกิร์ตชนิดครีม

18. ปัจจัยในการเลือกซื้อโยเกิร์ตชนิดครีมของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () รสชาติ () สีของโยเกิร์ต
() คุณภาพ () ตรายี่ห้อ
() ราคา () ความสะดวกในการหาซื้อ
() วันหมดอายุ () สภาพการบรรจุภัณฑ์
() การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม
() คำแนะนำของผู้ที่เคยบริโภคมาก่อน
() อื่น ๆ (ระบุ) _____

19. หากโยเกิร์ตชนิดครีมยี่ห้อที่ท่านบริโภคประจำมีราคาสูงขึ้น ท่านจะ

- () เปลี่ยนไปบริโภคตราอื่นแทน () เลิกบริโภค
() บริโภคตามปกติ () บริโภคน้อยลง
() อื่น ๆ (ระบุ) _____

20. ถ้าโยเกิร์ตชนิดครีมยี่ห้ออื่น มีการลด แลก แจก แถม ท่านจะ

- () ยังคงใช้ยี่ห้อเดิม () เปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นแทน
() ลองใช้ยี่ห้ออื่นแล้วเปรียบเทียบกับคุณภาพเพื่อตัดสินใจในการบริโภคในคราวต่อไป

21. ถ้าโยเกิร์ตชนิดครีมยี่ห้อที่ท่านซื้อประจำมีการลด แลก แจก แถม ท่านจะ

- () ซื้อเพิ่มขึ้น () ซื้อเท่าเดิม
() ไม่แน่ใจ () อื่น ๆ (ระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีม

22. ทัศนคติของท่านเกี่ยวกับระดับคุณค่าทางโภชนาการของโยเกิร์ตชนิดครีม

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| () ต่ำ | () สูง |
| () ปานกลาง | () ไม่ให้คุณค่าเลย |
| () อื่น ๆ (ระบุ) _____ | |

23. ทัศนคติของท่านเกี่ยวกับราคาของโยเกิร์ตชนิดครีมในปัจจุบัน

- | | |
|-------------------|-------------------------|
| () เหมาะสมดีแล้ว | () แพงเกินไป |
| () มีราคาถูก | () อื่น ๆ (ระบุ) _____ |

24. ทัศนคติของท่านเกี่ยวกับขนาดบรรจุของโยเกิร์ตชนิดครีมในปัจจุบัน

- | | |
|--------------------|-------------------------|
| () เหมาะสมดีแล้ว | () ขนาดเล็กเกินไป |
| () ขนาดใหญ่เกินไป | () อื่น ๆ (ระบุ) _____ |

25. สื่อโฆษณาประเภทที่ท่านได้รับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโยเกิร์ตชนิดครีมบ่อยที่สุด

- | | |
|-------------------------|-------------|
| () โทรทัศน์ | () วิทยุ |
| () หนังสือพิมพ์ | () นิตยสาร |
| () อื่น ๆ (ระบุ) _____ | |

26. การทดลองเปลี่ยนไปบริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมยี่ห้ออื่นของท่าน

- | |
|----------------------------|
| () ไม่เปลี่ยน เพราะ _____ |
| () เปลี่ยน เพราะ _____ |
| () อื่น ๆ (ระบุ) _____ |

27. หากมีการปรับปรุงตลาดโยเกิร์ตให้ดีขึ้น ท่านคิดว่าควรมีการปรับปรุงในด้าน _____

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| () ปรับปรุงคุณภาพ | () ปรับปรุงราคา |
| () ปรับปรุงรสชาติ | () ปรับปรุงขนาดบรรจุ |
| () ปรับปรุงภาชนะบรรจุ | () ปรับปรุงสื่อโฆษณา |
| () อื่น ๆ (ระบุ) _____ | |

28. ทัศนคติต่อการบริโภค

ทัศนคติ	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1. บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง 2. บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วสามารถลดความอ้วนได้ 3. บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วทำให้ผิวพรรณดี 4. บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วสามารถรักษาอาการเจ็บป่วย ต่างๆ ได้ 5. บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วทำให้มีระบบขับถ่ายที่ดี 6. บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วทำให้จิตใจร่าเริงแจ่มใส 7. บริโภคโยเกิร์ตชนิดครีมแล้วจะทำให้สุขภาพเส้นผมแข็งแรง		

29. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของท่านต่อตลาดโยเกิร์ตชนิดครีม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ความมีข้อของสินค้าให้เลือกมากขึ้น
- () ราคาควรจะถูกลง
- () ควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายมากขึ้น
- () อื่น ๆ (ระบุ) _____



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้