

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

น้ำดื่มเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับชีวิต เพราะน้ำมีความสำคัญต่อร่างกายมนุษย์เราอย่างมาก โดยน้ำช่วยย่อยอาหาร ช่วยในการหมุนเวียนของโลหิต ช่วยขับถ่ายของเสียออกจากร่างกายเป็นตัวหล่อลื่นในการเคลื่อนไหวของข้อต่อ ๆ และช่วยรักษาอุณหภูมิของร่างกายมนุษย์ให้อยู่ในระดับปกติ ดังนั้นน้ำจึงจำเป็นต่อชีวิตมนุษย์เราเป็นอย่างมาก แต่ปัจจุบันซึ่งมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้มีสารพิษปนเปื้อนในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งแต่ก่อนผู้บริโภคชาวไทยนิยมร่อนน้ำฝนไว้ใช้ดื่มและประกอบอาหารเพราะมีความเชื่อมั่นว่าน้ำฝนเป็นน้ำสะอาด บริสุทธิ์ และเหมาะสำหรับบริโภค อีกทั้งมีรสชาติดีกว่าน้ำชนิดอื่นอีกด้วยแต่มาถึงในปัจจุบัน พบว่าผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีประชากรค่อนข้างหนาแน่น โอกาสที่จะร่อนน้ำฝนไว้ใช้ประโยชน์ดังกล่าวลดน้อยลงเนื่องจาก สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ไม่อำนวยทำให้มีฝุ่นละออง มีสารมลพิษทางอากาศ และสิ่งสกปรกอื่น ๆ มากขึ้นแม้กระทั่งผู้บริโภคในเมืองส่วนใหญ่ยังไม่ไว้ใจ น้ำประปาที่จ่ายออกมาจากท่อ จากสภาพการณ์ข้างต้น จึงได้มีผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ออกมาจำหน่ายและโฆษณาว่าน้ำที่สะอาดบริสุทธิ์ พร้อมทั้งจะดื่ม ได้โดยสะดวกและปลอดภัยกว่าน้ำดื่มจากแหล่งอื่น ๆ ที่มีชื่อเรียกเป็นทางการว่า “น้ำดื่มบรรจุภัณฑ์” จนกลายเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันด้านการตลาดกันอย่างกว้างขวางและมีจำหน่ายแพร่หลายไปทุกแห่งหน ซึ่งกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับครัวเรือน และที่ค้นหาซื้อไว้ใช้ดื่มประจำวัน

ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุภัณฑ์จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและได้รับความนิยมนอกจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันการเจริญเติบโตของธุรกิจน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นรวมถึงในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนให้น้ำดื่มเป็นสิ่งจำเป็นในการบริโภคเพื่อประโยชน์แก่ร่างกายประกอบกับการที่พฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกสบาย และมีความมั่นใจในความสะอาดปลอดภัยของน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์มากกว่าการบริโภคน้ำประปาที่กำลังมีปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งน้ำธรรมชาติที่รุนแรงขึ้นจนไม่สามารถนำมาใช้บริโภคได้ และในชนบท ภัยแล้งในช่วงฤดูร้อนในแต่ละปีที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น จากภาวะอากาศที่ร้อนอบอ้าวมากขึ้นอันเนื่องมาจากภาวะโลกร้อน รวมทั้งประเพณีและวัฒนธรรมไทยในโอกาสต่าง ๆ ได้แก่ เทศกาล งานรื่นเริง งานทำบุญ

หรืองานเสรีาศก ล้วนจำเป็นต้องใช้น้ำดื่มบรรจุภัณฑ์เพื่อการต้อนรับหรือเลี้ยงรับรองแขกด้วย (วิกิพีเดีย. 2555 : เว็บบไซต์)

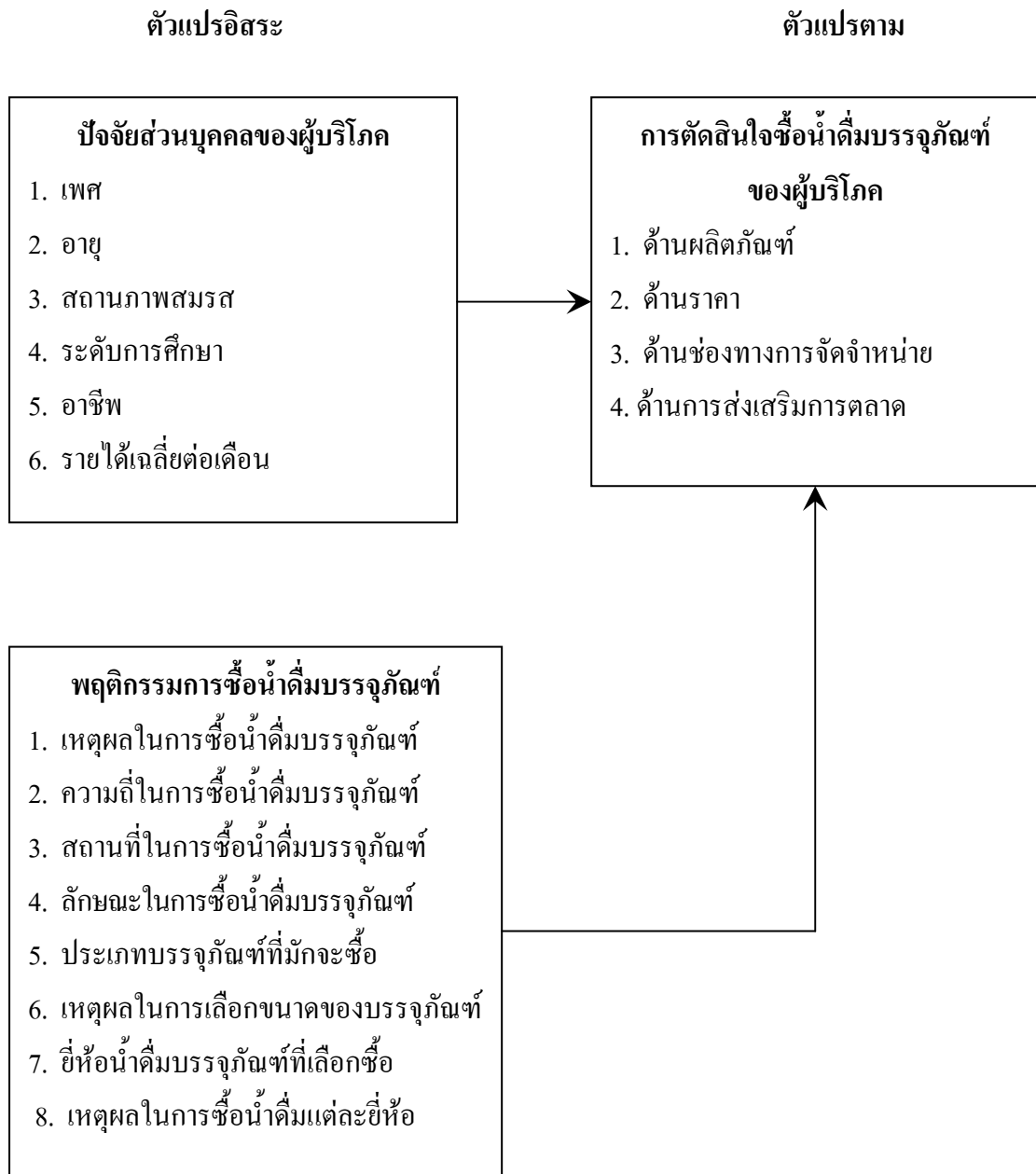
ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากมีขั้นตอนการผลิตที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน อีกทั้งอุปกรณ์การผลิตก็หาซื้อได้ไม่ยาก ใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก และเป็นอุตสาหกรรมที่อยู่ในข่ายได้รับเงินกู้เพื่อการลงทุนและขยายกิจการจากสำนักงานธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายใหม่จึงเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย ทำให้ตลาดน้ำดื่มไทยมีผู้ผลิตจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ผลิตรายย่อย ทำให้มีการแข่งขันอย่างสูง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่สนใจ ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ และการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์

กรอบแนวคิดการวิจัย

การกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังแสดงในภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการณ์การซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่างของ W.G Cochran (1953) (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 : 46) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ เหตุผลในการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ สถานที่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ลักษณะในการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ประเภทบรรจุภัณฑ์ที่เลือกซื้อ เหตุผลในการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ ยี่ห้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ที่เลือกซื้อ และเหตุผลในการซื้อน้ำดื่มแต่ละยี่ห้อ

2.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนกันยายน ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ และการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในปรับปรุง และพัฒนาธุรกิจน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์เพื่อการวางกลยุทธ์ในการแข่งขันทางการตลาดต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

น้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ หมายถึง น้ำหรือน้ำแร่สำหรับใช้ดื่มที่บรรจุภาชนะที่ปิดสนิท โดยผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อให้มีความสะอาดปราศจากเชื้อโรคและสารเคมีที่มีพิษต่อร่างกาย มีคุณภาพตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด แต่ไม่รวมถึงน้ำกลั่น น้ำหวาน น้ำอัดลมต่างๆ ที่วางจำหน่ายในท้องตลาดในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ น้ำดื่มบรรจุภัณฑ์เขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรม หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรม อันเกิดจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อหรือการใช้บริการเพื่อสนองความต้องการ และความปรารถนาต่างๆ ให้ได้รับความพอใจ

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการนำความคิดรวบยอดเพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรม อันเกิดจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ เหตุผลในการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ สถานที่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ลักษณะในการซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ประเภทบรรจุภัณฑ์ที่มักจะซื้อ เหตุผลในการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ ยี่ห้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ที่เลือกซื้อ และเหตุผลในการซื้อน้ำดื่มแต่ละยี่ห้อ

การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการนำความคิดรวบยอดเพื่อตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง น้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ที่เสนอขาย ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ คุณภาพ/ความสะอาดได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ฉลากมีเครื่องหมายและเลขทะเบียน อย. ครายี่ห้อเป็นที่รู้จัก ปริมาณการบรรจุได้มาตรฐาน และรูปร่างลักษณะของบรรจุภัณฑ์สวยงาม

ด้านราคา หมายถึง มูลค่าของน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ การตั้งราคาอยู่ในระดับที่สามารถซื้อได้ ราคาเหมาะสมกับปริมาณเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น และการตั้งราคาตามภาวะเศรษฐกิจ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางในการจัดจำหน่ายน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ มีจำหน่ายในร้านค้าสะดวกซื้อ มีจำหน่ายตามโชห่วยทั่วไป มีการบริการส่งถึงบ้าน มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป และมีการจำหน่ายผ่านตัวแทน

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการขายน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก มีการให้การสนับสนุนทางด้านการศึกษา การโฆษณาผ่านวิทยุ และมีกิจกรรมสะสมชิ้นส่วนแลกของรางวัล