

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

น้ำเป็นสารประกอบที่พบมากถึง 3 ใน 4 ส่วนของพื้นโลก โดยส่วนใหญ่อยู่ในสภาพน้ำเค็มในทะเล และมหาสมุทรประมาณร้อยละ 97 เป็นน้ำแข็งตามขั้วโลกประมาณร้อยละ 2 และเป็นน้ำจืดตามแม่น้ำลำคลองต่าง ๆ ประมาณร้อยละ 1 ถ้าโลกเราปราศจากน้ำสิ่งมีชีวิตต่างๆ บนโลกก็ไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้รวมถึงมนุษย์ซึ่งต้องใช้น้ำดื่มเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีพ เนื่องจากน้ำเป็นส่วนประกอบที่มีมากที่สุดในร่างกาย คือ 2 ใน 3 ของน้ำหนักตัว โดยส่วนประกอบของส่วนต่างๆ ในร่างกาย เช่น เลือด น้ำเหลือง ตับ ไต และกล้ามเนื้อ น้ำมีหน้าที่ช่วยควบคุมอุณหภูมิของร่างกายให้คงที่ เป็นสารที่ช่วยให้กระบวนการทางเคมีในร่างกายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง เช่น การย่อยอาหาร ทั้งประเภทคาร์โบไฮเดรต ไขมัน และ โปรตีน ได้อาหารที่มีโมเลกุลขนาดเล็กลงที่ร่างกายสามารถดูดซึมไปใช้ได้ ช่วยในการลำเลียงสารต่างๆ ในร่างกาย เช่น การลำเลียงอาหาร การไหลเวียนของเลือด และช่วยขับของเสียออกจากร่างกาย เช่น ปัสสาวะ เหงื่อ โดยปกติในวันหนึ่ง ๆ ร่างกายจะเสียน้ำไปโดยเฉลี่ยประมาณ 2.7 - 3.2 ลิตร ดังนั้นร่างกายจึงจำเป็นต้องหาน้ำมาทดแทนให้กับน้ำที่ร่างกายเสียไป โดยการดื่มน้ำโดยตรงหรือรับประทานอาหารที่มีน้ำเป็นองค์ประกอบ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. 2555 : เว็บไซต์)

ในสมัยก่อนผู้บริโภคชาวไทยนิยมรองน้ำฝนไว้ใช้ดื่มและประกอบอาหารเพราะมีความเชื่อมั่นว่าน้ำฝนเป็นน้ำสะอาด บริสุทธิ์ และเหมาะสำหรับบริโภค อีกทั้งมีรสชาติดีกว่าน้ำชนิดอื่นอีกด้วย แต่ปัจจุบันพบว่าผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีประชากรค่อนข้างหนาแน่น โอกาสที่จะรองน้ำฝนไว้ใช้ประโยชน์ดังกล่าวลดน้อยลงเนื่องจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ไม่อำนวยเนื่องจากมีฝุ่นละออง มีสารมลพิษทางอากาศ และสิ่งสกปรกอื่น ๆ มากขึ้นแม้กระทั่งผู้บริโภคในเมืองส่วนใหญ่ยังไม่ไว้วางใจน้ำประปาที่จ่ายออกมาจากท่อ จากสภาพการณ์ข้างต้น จึงได้มีผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดออกมาจำหน่ายและโฆษณาว่าเป็นน้ำที่สะอาดบริสุทธิ์ พร้อมทั้งจะดื่มได้โดยสะดวกและปลอดภัยกว่าน้ำดื่มจากแหล่งอื่น ๆ ที่มีชื่อเรียกเป็นทางการว่า “น้ำดื่มบรรจุขวด” จนกลายเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันด้านการตลาดกันอย่างกว้างขวาง และมีจำหน่ายแพร่หลายไปทุกแห่งหน จนกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับครัวเรือน (นงคราญ วงศ์สวาท. 2551 : 1)

ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและได้รับความนิยมนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคโดยทั่วไป ภัตตาคาร โรงแรม ร้านอาหาร

อาคารสำนักงาน โรงงานและธุรกิจบริการต่าง ๆ เนื่องจากผู้บริโภคมีความเชื่อถือว่าสะอาดปลอดภัยสะดวกสบายต่อการบริโภคจึงนับว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และยังมีผู้ทางจัดจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าของตนเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวางขึ้นและสามารถยืนหยัดอยู่ได้ แม้ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ผลิตรายใหม่ที่เข้ามาสู่ธุรกิจนี้ในอนาคต ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคมีโอกาสและทางเลือกในการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานตรงตามความพอใจของผู้บริโภคซึ่งหมายถึงการที่จะต้องศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้สามารถผลิตสินค้า หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง จากการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ซึ่งพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค เกิดจากปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ และคำถามสำคัญของผู้บริการการตลาดคือ ผู้บริโภคตอบสนองต่อความพยายามทางการตลาดต่างๆ ที่กิจการอาจจะใช้อย่างไร กิจการสามารถเข้าใจถึงวิธีการตอบสนองผู้บริโภคต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่เหนือกว่าคู่แข่ง (นงคราญ วงศ์สว่าง, 2551 : 2)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยอย่างรุนแรงในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิตของนิคมอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่เครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ อาทิ ชาพร้อมดื่ม น้ำอัดลม เครื่องดื่มชูกำลัง น้ำดื่มบรรจุขวด กลับมียอดขายเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะน้ำดื่มบรรจุขวดที่คาดว่าจะมียอดขายเพิ่มสูงขึ้นกว่าช่วงปกติประมาณร้อยละ 15-20 เนื่องจากน้ำดื่มบรรจุขวดกลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของผู้คน จากการอุทกภัยช่วงปลายปี พ.ศ. 2554 ยังเห็นได้ชัดเจนว่าน้ำดื่มบรรจุขวดนั้นมีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากสะดวกในการใช้และมีความรู้สึกว่ามีความปลอดภัยจากการดื่มน้ำที่บรรจุขวด ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มองเห็นโอกาสทางการตลาด เข้าสู่ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็ก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2554ข : เว็บไซต์) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยครั้งเป็นไปแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจ ได้นำไปใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนาสินค้าน้ำดื่มบรรจุขวดให้เป็นที่ยอมรับ และเกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค

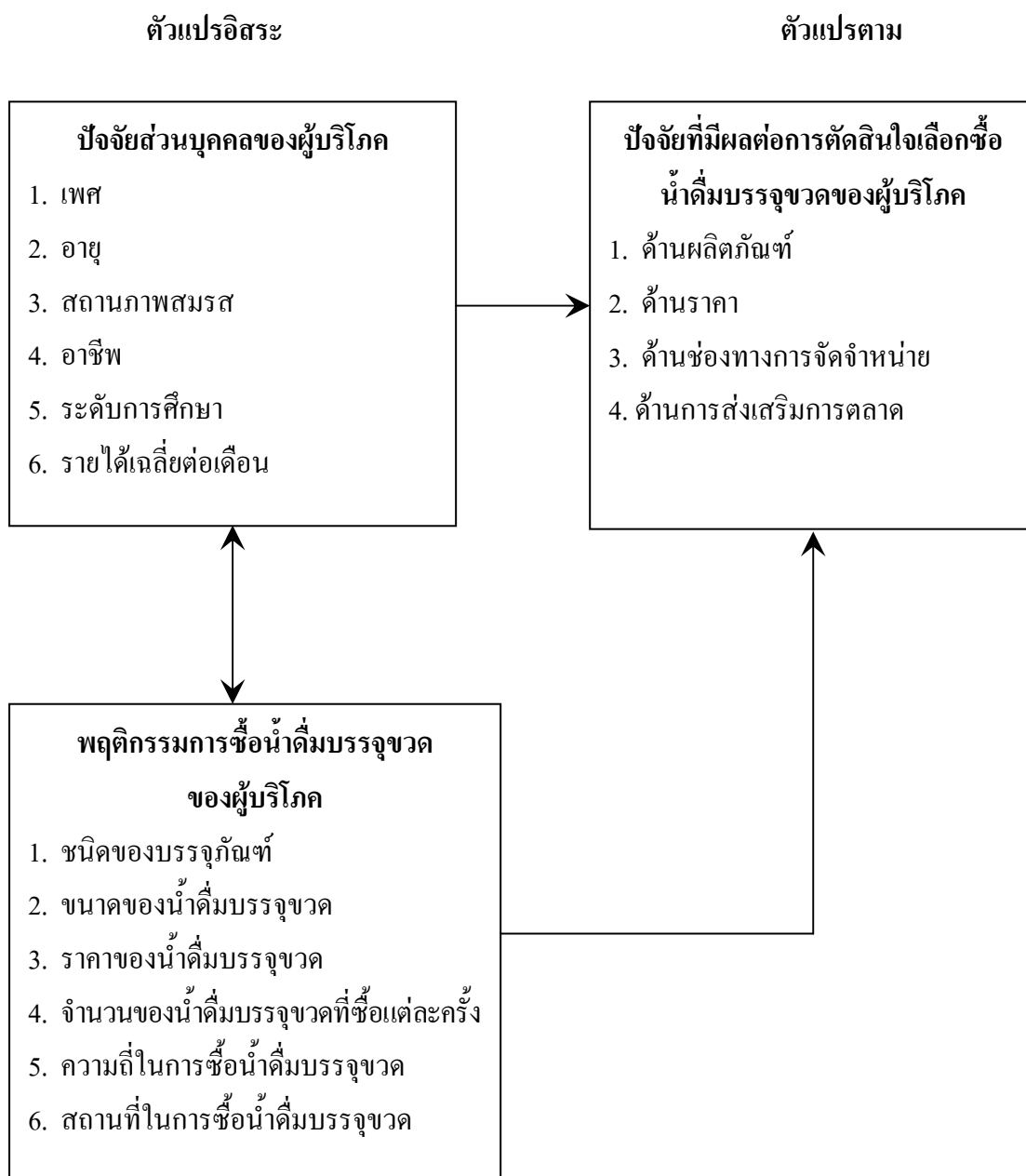
### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา

#### **กรอบแนวคิดการวิจัย**

การกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา แสดงดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดแตกต่างกัน

### 3. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

#### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยไว้ดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่างของ W.G Cochran (1953) (อภิรักษ์ จันตะนี, 2550 : 89) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

#### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

##### 2.1 ตัวแปรอิสระ

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค ได้แก่ ชนิดของบรรจุภัณฑ์ ขนาดของน้ำดื่มบรรจุขวด ราคาของน้ำดื่มบรรจุขวด จำนวนของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ซื้อแต่ละครั้ง ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด และสถานที่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

##### 2.2 ตัวแปรตาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

#### 3. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษา ระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2554 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 รวมเป็นระยะเวลา 1 ปี 2 เดือน

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดสำหรับผู้ประกอบการรายเดิม เพื่อการวางกลยุทธ์ในการแข่งขันทางการตลาดต่อไป

3. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอาจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจจะเข้ามาดำเนินธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวด

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

น้ำดื่มบรรจุขวด หมายถึง น้ำที่ผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เพื่อให้ปราศจากเชื้อโรค และสารเคมีที่เป็นพิษต่อร่างกาย บรรจุในภาชนะปิดสนิทเพื่อสะดวกในการบริโภค น้ำดื่มที่บรรจุขวดที่กล่าวถึงนี้รวมถึงน้ำดื่ม น้ำธรรมชาติ และน้ำกลั่น

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการนำความคิดรวบยอดและความพึงพอใจมาประกอบกันเพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

ผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเฉลี่ยเดือน

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ

พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ได้แก่ ชนิดของบรรจุภัณฑ์ ขนาดของน้ำดื่มบรรจุขวด ราคาของน้ำดื่มบรรจุขวด ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด และสถานที่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ชนิดของน้ำดื่มมีให้เลือกหลากหลาย ยี่ห้อของน้ำดื่มบรรจุขวด ได้รับการรับรองมาตรฐาน เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเชื่อถือได้ ขวดใส่น้ำดื่มสะอาด และปิดสนิท ขวด

ใต้น้ำดื่มเปิดง่าย ใช้สะดวก ขวดใต้น้ำดื่มออกแบบอย่างทันสมัย และสวยงาม และมีหลายขนาดให้เลือก

ด้านราคา หมายถึง การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค ด้านราคา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น เมื่อซื้อจำนวนมากราคาต่อหน่วยถูกลง และเมื่อซื้อขนาดใหญ่ราคาต่อปริมาตรถูกกว่าขนาดเล็ก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อทุกร้าน มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป มีจำหน่ายในร้านโชห่วยทั่วไป มีจำหน่ายในร้านอาหารทั่วไป และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ มีการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ มีการให้ส่วนลด มีเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ มีกิจกรรมส่งเสริมส่วนชิงรางวัล มีของแถม และมีการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมและรักษาสีสิ่งแวดล้อม