



บทที่ 1

บทนำ

ปัจจุบันสินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำชงในท้องตลาดมีอยู่ด้วยกันหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มน้ำอัดลม น้ำส้มคั้น น้ำหวาน เครื่องดื่มชูกำลัง หรือแม้กระทั่งน้ำเปล่า ซึ่งในแต่ละชนิดสามารถดื่มทดแทนกันได้ โดยที่ผู้บริโภคอาจไม่ได้สนใจในตัวสินค้ามากไปกว่าความต้องการให้ร่างกายสดชื่น ดับกระหาย หรือเสริมสร้างสุขภาพดังนั้นบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ จึงได้พยายามจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาสนใจในสินค้าของตนด้วยวิธีการโฆษณาชวนเชื่อต่าง ๆ กัน ตลอดจนการใช้กลยุทธ์อื่น ๆ เช่นการแจกของแถม การชิงโชค เป็นต้น เครื่องดื่มเกลือแร่เป็นเครื่องดื่มประเภทหนึ่งซึ่งมีเกลือแร่เป็นส่วนประกอบหลัก สามารถช่วยทดแทนเกลือแร่ที่สูญเสียจากการออกกำลังกาย หรือเมื่อรู้สึกอ่อนเพลียจากอาการท้องเสีย จึงนับได้ว่าเครื่องดื่มเกลือแร่ เป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อร่างกายโดยเฉพาะสำหรับผู้ที่ต้องทำงาน เล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย นอกจากนี้ในวงการแพทย์ก็ยังนิยมใช้สำหรับผู้ที่มีอาการท้องเสีย ท้องร่วง เพื่อช่วยทำให้ผู้ป่วยหายจากอาการอ่อนเพลีย ดังนั้นบริษัท ผู้ผลิตต่าง ๆ จึงพยายามที่จะแข่งขันกันเพื่อครองตลาดเครื่องดื่มประเภทเกลือแร่ให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อที่จะศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มเกลือแร่ในด้านเหตุผล ความพอใจในการบริโภค ราคาจำหน่าย การจัดจำหน่ายและเหตุผลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลการวิจัยจะสามารถใช้เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมประเภทนี้ในการที่จะปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนให้เป็นที่นิยมและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มเกลือแร่
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็น ของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณลักษณะของเครื่องดื่มเกลือแร่ในแง่ของรสชาติ กลิ่น สี และคุณภาพที่ผู้บริโภคต้องการ

### ความสำคัญหรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มเกลือแร่ เพื่อที่จะให้ความรู้และกระตุ้นให้ผู้บริโภคที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย และทำงาน ได้เกิดสำนึกอย่างจริงจังต่อคุณประโยชน์ และความจำเป็นของการบริโภคเครื่องดื่มเกลือแร่ และหันมาดื่มแทนเครื่องดื่มชนิดอื่น ๆ
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดผู้บริโภคเป้าหมายในตลาดเครื่องดื่มเกลือแร่ และสามารถวางแผนเจาะตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณลักษณะของเครื่องดื่มเกลือแร่ ในด้านรสชาติ กลิ่น สี และคุณภาพ ให้สามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
4. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย ซึ่งรวมถึงบริษัทผู้ผลิตรายใหม่ที่จะลงทุนผลิตเครื่องดื่มเกลือแร่ เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคนิยมดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่มากขึ้น

### สมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา

1. ผู้บริโภคมากกว่า 70% มีความเห็นว่าประโยชน์ของเครื่องดื่มเกลือแร่คือทดแทนพลังงานหรือเกลือแร่ที่สูญเสียไป เนื่องจากการออกกำลังกาย เล่นกีฬาหรือทำงาน
2. ผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิง ให้ความเห็นเกี่ยวกับรสชาติที่ชอบไม่แตกต่างกัน



### ขอบเขตของการศึกษา

1. กลุ่มผู้บริโภคที่ทำการศึกษานำออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ
  - 1.1 ผู้บริโภคที่เคยดื่ม (Users) หมายถึงผู้บริโภคที่เคยดื่มซึ่งปัจจุบันยังคงดื่มอยู่และ  
ผู้บริโภคที่เคยดื่ม แต่ปัจจุบันเลิกดื่มแล้ว
  - 1.2 ผู้บริโภคที่ไม่เคยดื่ม (Non-users)
2. ศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่รวมผู้บริโภคในเขตภูมิภาค

### ระเบียบวิธีการศึกษา

#### 1. ชนิดและแหล่งที่มาของข้อมูล

ชนิดและแหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษา แบ่งออกเป็นดังนี้

##### ก. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่เก็บจากแหล่งข้อมูลโดยตรง ซึ่งมีวิธีการรวบรวมข้อมูลดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานการตลาดเครื่องดื่มเกลือแร่ ซึ่งได้แก่บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มเกลือแร่ เจ้าของร้านค้าที่จำหน่ายปลีกเครื่องดื่มเกลือแร่
- 2) การสำรวจด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและทดสอบมาอย่างดีแล้ว เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่เป็นตัวอย่างในการสำรวจ
- 3) การสังเกตการณ์ (Observation) การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว อาจได้รับข้อมูลไม่เพียงพอ ผู้เขียนยังได้ใช้วิธีการสังเกตการณ์เข้าช่วยด้วยอีกวิธีหนึ่ง โดยไปสังเกตการณ์แบบไม่ได้ไปร่วมด้วย (Non-Participant-Observation) เพื่อได้เข้าใจเรื่องที่ทำการศึกษาอย่างแท้จริง และเพื่อใช้เป็นหลักฐานเพิ่มเติมที่จะสนับสนุนหรือขัดแย้งคำบอกกล่าวจากการสัมภาษณ์

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมจากหนังสือและเอกสาร (Documentary study) ตลอดจนสิ่งพิมพ์เผยแพร่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศึกษานี้จากห้องสมุดทั่วไปและจากบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มเกลือแร่ต่าง ๆ เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้ได้รับประโยชน์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. การใช้แบบสอบถาม

ก. การเตรียมแบบสอบถาม

ผู้เขียนได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับให้เจ้าหน้าที่สัมภาษณ์ ซึ่งแบบสอบถามที่เขียนขึ้น ผู้เขียนได้ศึกษาจากตำราการวิจัย บทความ วารสารต่าง ๆ ประกอบกับการไปสังเกตการณ์ผู้บริโภคที่หาซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ตามร้านจำหน่ายทั่ว ๆ ไป พร้อมกับขอคำแนะนำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการร่างแบบสอบถาม จากนั้นผู้เขียนได้ทำแบบสอบถามที่ร่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ไปทำการทดสอบ (Pretest) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทดสอบความเข้าใจในคำถามต่าง ๆ ในแบบสอบถาม และหาข้อบกพร่องนำมาแก้ไขปรับปรุง จนกว่าจะแน่ใจว่าผู้ตอบสามารถเข้าใจคำถามต่าง ๆ ได้ดี จึงจะนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ในงานภาคสนาม ต่อไป

ข. ลักษณะแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แบ่งลักษณะของคำถามแบบคำตอบไว้ในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งพอจะสรุปได้ดังต่อไปนี้

- 1) กำหนดคำตอบไว้ เรียบร้อยและคำตอบที่กำหนดไว้เป็นคำตอบที่แน่นอน
- 2 คำตอบ (Dichotomous) เช่นตัวอย่างคำถามข้อที่ 3  
ท่านเคยดื่มเกลือแร่หรือไม่  
      เคย  
      ไม่เคย
- 2) กำหนดคำตอบไว้ เรียบร้อยและคำตอบที่กำหนดไว้มีมากกว่า 2 คำตอบ (Multiple choices) ให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว เช่นตัวอย่างคำถามข้อที่ 4

เหตุผลในการเลือกซื้อเครื่องตัดผมเคลื่อนที่ครั้งแรกเพราะเหตุใด

อยากทดลอง

เพื่อนฝูงแนะนำ

ร้านขายยา/แพทย์แนะนำ

ผลจากการเห็นโฆษณา

เลียนแบบผู้อื่น

อ่านจากบทความในเอกสาร/วารสารต่าง ๆ

อื่น ๆ (ระบุชื่อ).....

3) แบบให้เลือกได้หลายคำตอบ (Check list) จะมีคำตอบให้ผู้ตอบเลือกตอบได้หลายคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของตนเอง เช่นตัวอย่างคำถามข้อที่ 13

ปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดซื้อในการเลือกซื้อเครื่องตัดผมเคลื่อนที่

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

การโฆษณา

รสชาติ

คุณภาพ

หาซื้อง่าย

ราคา

มีของแถม/ชิงโชค

ภาชนะแบบบรรจุขวด

ภาชนะแบบซอง

อื่น ๆ (ระบุ).....

4) แบบให้ตอบโดยเสรี (Free response) เป็นคำถามที่มีได้กำหนดคำตอบไว้ให้หรือที่เรียกว่าคำตอบแบบปลายเปิด (Open end) คำถามลักษณะนี้ให้ผู้ตอบตอบคำถามตามความคิดเห็นของตนเอง โดยเว้นที่ว่างไว้ให้พอกับคำตอบ เช่น ตัวอย่างคำถามข้อที่ 22

22.1 ท่านคิดว่าเครื่องตัดผมเคลื่อนที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอย่างไร.....

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### 3. วิธีการสุ่มตัวอย่างและขนาดตัวอย่าง

วิธีการเลือกตัวอย่างในการศึกษา ใช้วิธีเลือกตัวอย่าง โดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non - probability sampling) แต่ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ซึ่งตัวอย่างที่กำหนดไว้จำนวนหนึ่ง 500 ตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษารังนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องต้มเกลือแร่ และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะของ เครื่องต้มเกลือแร่ในแง่รสนชาติ กลิ่น สี และคุณภาพอื่น ๆ ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นตัวอย่างซึ่งสามารถให้ความเห็นเหล่านี้ได้ จะต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ในการต้มเครื่องต้มเกลือแร่มาก่อน จากเหตุผลดังกล่าวผู้เขียนจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างของผู้ที่เคยต้มเครื่องต้มเกลือแร่ให้มีจำนวนมากกว่าที่จะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร และกำหนดจำนวนของตัวอย่างผู้ที่ไม่เคยต้มเกลือแร่ให้เป็นจำนวนรองลงมาซึ่งกลุ่มนี้ก็เป็นกลุ่มที่ผู้เขียนสนใจเนื่องจากถือได้ว่าจะเป็นผู้บริโภคในอนาคต จำนวนตัวอย่างแต่ละกลุ่มตัวอย่างเป็นดังนี้

- ก. กำหนดตัวอย่างในกลุ่มผู้เคยต้มเครื่องต้มเกลือแร่จำนวน 350 ราย ประมาณร้อยละ 70 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ตัวอย่าง
- ข. กำหนดตัวอย่างในกลุ่มผู้ไม่เคยต้มเครื่องต้มเกลือแร่จำนวน 150 ราย ประมาณร้อยละ 30 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ตัวอย่าง

นอกจากการกำหนดจำนวนตัวอย่างตามประเภทผู้บริโภคแล้ว ผู้เขียนได้กำหนดตัวอย่างภายในกลุ่มผู้เคยต้มและผู้ไม่เคยต้มโดยจำแนกตามเพศ และอายุด้วย เนื่องจากในการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณลักษณะและประโยชน์ของเครื่องต้มเกลือแร่ นั้น ผู้เขียนพบว่าเครื่องต้มประเภทนี้ผู้ชายจะเป็นผู้ต้มมากกว่า และในด้านอายุของผู้บริโภคก็จะมีข้อจำกัดว่าเด็กและทารกห้ามบริโภคตามกฎหมายของกระทรวงสาธารณสุข ดังนั้นเพื่อที่จะสามารถกำหนดจำนวนตัวอย่างที่เป็นเพศชายและหญิงในแต่ละกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีหลักเกณฑ์ ผู้เขียนจึงได้ทำการสำรวจเบื้องต้นโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยต้มเครื่องต้มเกลือแร่จำนวน 50 ราย แล้วนำมาจำแนกตามเพศ ปรากฏว่าเป็นเพศชาย 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 70 และเป็นหญิง 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนทั้งหมด 50 ราย และสำหรับจำนวนในกลุ่มผู้ไม่เคยต้ม ผู้เขียนก็ได้

ดำเนินการสำรวจเบื้องต้นเช่นกัน โดยใช้ขนาดตัวอย่าง 50 รายเท่ากัน ผลปรากฏว่าเป็นเพศชาย 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 68 เป็นเพศหญิง 16 รายคิดเป็นร้อยละ 32 จากผลการสำรวจเบื้องต้นดังกล่าวผู้เขียนจึงใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดจำนวนตัวอย่างในกลุ่มผู้เคยดื่มและไม่เคยดื่ม โดยจำแนกตามเพศได้ดังนี้

ก. กำหนดตัวอย่างในกลุ่มที่เคยดื่มให้เป็นชายร้อยละ 70 และหญิงร้อยละ 30 ซึ่งผลจากการสุ่มตัวอย่างจริงได้จำนวนกลุ่มที่เคยดื่ม จำนวน 347 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นเพศชาย 245 ตัวอย่าง และหญิง 102 ตัวอย่าง

ข. กำหนดตัวอย่างในกลุ่มที่ไม่เคยดื่มให้เป็นเพศชายร้อยละ 70 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 30 ซึ่งผลจากการสุ่มตัวอย่างจริงได้จำนวนกลุ่มที่ไม่เคยดื่ม 153 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นเพศชาย 105 ตัวอย่าง และเพศหญิง 48 ตัวอย่าง

สำหรับการกำหนดจำนวนตัวอย่างในกลุ่มผู้เคยดื่ม เครื่องดื่มเกลือแร่และผู้ไม่ เคยดื่ม ซึ่งจำแนกตามอายุนั้น ผู้เขียนได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปถือเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เพราะถือว่าผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 14 ปีลงไปจัดเป็นกลุ่มเด็กและทารกซึ่งกลุ่มนี้จะอยู่ในข่ายที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดว่าไม่ควรดื่ม ในการกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มอายุนั้นผู้เขียนได้ใช้หลักเกณฑ์โดยกำหนดให้เป็นสัดส่วนตามอายุของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากหลักเกณฑ์ข้างต้น จะมีตัวอย่างกระจายออกตามเพศและอายุดังนี้

### 3.1 ผู้ที่เคยดื่ม จำนวน 347 ตัวอย่าง

เพศ : ชาย	จำนวน	245	ตัวอย่าง
หญิง	จำนวน	102	ตัวอย่าง
อายุ : 15-19 ปี	จำนวน	29	ตัวอย่าง
20-24 ปี	จำนวน	85	ตัวอย่าง
25-29 ปี	จำนวน	71	ตัวอย่าง
30-34 ปี	จำนวน	66	ตัวอย่าง
35-39 ปี	จำนวน	54	ตัวอย่าง
40 ปีขึ้นไป	จำนวน	42	ตัวอย่าง



## 3.2 ผู้ที่ไม่เคยดื่ม จำนวน 153 ตัวอย่าง

เพศ :	ชาย	จำนวน	105	ตัวอย่าง
	หญิง	จำนวน	48	ตัวอย่าง
อายุ :	15-19 ปี	จำนวน	18	ตัวอย่าง
	20-24 ปี	จำนวน	37	ตัวอย่าง
	25-29 ปี	จำนวน	36	ตัวอย่าง
	30-34 ปี	จำนวน	29	ตัวอย่าง
	35-39 ปี	จำนวน	20	ตัวอย่าง
	40 ปีขึ้นไป	จำนวน	13	ตัวอย่าง

เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลมีการกระจายและครบตามเป้าหมายที่ต้องการ ผู้เขียนจึงได้แบ่งพื้นที่ ที่จะทำการสัมภาษณ์ผู้บริโภคออกตามเขตต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครจากจำนวนทั้งหมด 24 เขต ผู้เขียนได้คัดเลือกเฉพาะเขตใหญ่ ๆ 18 เขตดังต่อไปนี้

1. พญาไท
2. ปทุมวัน
3. บางรัก
4. ป้อมปราบศัตรูพ่าย
5. พระนคร
6. พระโขนง
7. บางเขน
8. ธนบุรี
9. คลองสาน
10. ห้วยขวาง
11. บางกะปิ
12. บางกอกใหญ่
13. บางกอกน้อย



14. คุณลิต
15. สัมพันธ์วงศ์
16. ยานนาวา
17. ภาณีเจริญ
18. ราชบุรณะ

ส่วนเขตที่เหลือ 6 เขต เป็นเขตชานเมือง ซึ่งผู้เขียนได้ตัดออกเพราะ  
เนื่องจากข้อจำกัดในด้านงบประมาณค่าใช้จ่าย ได้แก่ หนองจอก มีนบุรี คลองจั่น หนองแขม  
ลาดกระบัง บางขุนเทียน

#### 4. งานภาคสนาม

ในงานภาคสนามนี้ผู้เขียนได้ใช้เจ้าหน้าที่สัมภาษณ์จำนวน 4 คน เป็นผู้ออกถาม  
เพื่อสัมภาษณ์ตัวอย่าง โดยผู้เขียนได้ทำการอบรมเจ้าหน้าที่สัมภาษณ์ให้เข้าใจในวัตถุประสงค์  
ของการสำรวจ เข้าใจถึงหน้าที่ต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติในสนาม อบรมความรู้เบื้องต้นใน  
เรื่องที่เกี่ยวข้อง อบรมให้เข้าใจถึงเทคนิคต่าง ๆ ของการสัมภาษณ์ โดยเน้นถึงการใช้  
มารยาท การใช้คำพูดเพื่อให้ผู้ตอบเต็มใจที่จะให้ความร่วมมืออย่างดี ตลอดจนให้ทราบถึง  
เทคนิคในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและวิธีการรวบรวมข้อเท็จจริงต่าง ๆ จากผู้ให้สัมภาษณ์  
ให้มากที่สุด นอกจากนี้ยังได้มีการให้พนักงานทดลองการสัมภาษณ์ และซักถามในประเด็น  
ต่างๆ เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงที่สุด เพื่อป้องกันอคติต่าง ๆ อันอาจจะเกิดจากเจ้าหน้าที่  
สัมภาษณ์ได้

ระยะเวลาที่ได้ดำเนินงานระหว่างช่วงวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2530 ถึงวันที่  
25 มกราคม พ.ศ. 2531 โดยผู้เขียนได้ทำหน้าที่ในการควบคุมการออกงานสนามของเจ้าหน้าที่  
สัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

#### 5. การประมวลข้อมูล (Data processing)

เป็นขั้นตอนของการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ที่ได้ผ่านการพิจารณาความ  
เรียบร้อยมาครั้งหนึ่งแล้ว จากผู้ที่ทำการสัมภาษณ์เองในแต่ละวัน มาทำการตรวจสอบข้อมูลด้วย  
มือ (Manual data editing) และทำการลงรหัส (Coding) ในแบบฟอร์มการลงรหัส

แล้วจึงนำข้อมูล ไปบันทึกในแผ่นงานแม่เหล็ก โดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้องในการบันทึก และแก้ไขจนกระทั่งความผิดพลาดหมดไป แล้วจึงทำการประมวลผลเพื่อคำนวณและแสดงตารางผลลัพธ์ (Calculating and tabulating) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ตัวสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

1. วิธีคิดอัตราร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ความถี่ (Frequency)

และเปรียบเทียบ

2. ตัวสถิติทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-square test)

3. การทดสอบสัดส่วน (Proportion test)

6. การเสนอผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์และประมวลข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่

ส่วนที่ 3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่

ส่วนที่ 4 ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคเครื่องดื่มเกลือแร่

ส่วนที่ 5 ผลการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านคุณลักษณะของเครื่องดื่มเกลือแร่ ในแง่ของ รสชาติ กลิ่น สี และคุณภาพ

ส่วนที่ 6 ผลการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคในด้านภาชนะบรรจุ ราคาจำหน่าย ขนาดบรรจุ ประโยชน์หรือโทษที่มีต่อร่างกาย

7. ข้อจำกัดของการทำวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นผลสรุปและวิเคราะห์จากข้อมูลที่สำรวจได้ในช่วงเวลาตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2530 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2531 ดังนั้นการจะนำผลวิจัยไปใช้ต้องคำนึงถึงช่วงเวลาที่นำไปใช้ เพราะว่าทัศนคติของผู้บริโภคและภาวะการตลาดของเครื่องดื่มเกลือแร่ อาจเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต