



บทที่ 1

บทนำ

ตลาดลูกอมเป็นส่วนหนึ่งของตลาดขนมขบเคี้ยว ซึ่งเป็นสินค้าที่มีราคาไม่แพง แต่ผู้บริโภคมีขนาดใหญ่ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ ทั้งชายและหญิงทุกระดับการศึกษาและรายได้ จึงทำให้ตลาดลูกอมมีขนาดใหญ่ กล่าวคือ มีมูลค่ารวมเมื่อปี 2529 ประมาณ 1,700 ล้านบาท¹

ตลาดลูกอมเป็นตลาดที่น่าสนใจมากเพราะเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันสูง ในการศึกษาที่จะรักษาหรือขยายส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายแต่ละรายจึงต้องนำกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) มาใช้หลายรูปแบบ โดยเฉพาะการขยายสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) ทำให้มีลูกอมหลายยี่ห้อและหลายรสชาติ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีรสนิยมและพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งชั้นเกิดขึ้นใหม่อยู่เสมอ อย่างไรก็ตามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 13-20 ปี (กลุ่มวัยรุ่น) เพราะว่าคุณบริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มใหญ่²

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อลูกอม" เพื่อให้ได้ข้อมูลซึ่งจะได้นำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการวางแผนและได้มากลยุทธ์ทางการตลาด

¹"ทะลวงกล่อง ตลาดลูกอม สมรภูมิเงินล้าน," มีเดีย 3 (มีนาคม 2530) :59

²เรื่องเดียวกัน, หน้า 65

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาวะตลาดลูกอมใน เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษารวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นที่มีต่อลูกอม
3. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการซื้อลูกอมของกลุ่มวัยรุ่น
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อลูกอมของกลุ่มวัยรุ่น

สมมติฐาน

1. ความชุ่มคอ เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการตัดสินใจซื้อลูกอมของผู้บริโภค
2. ผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ไม่มีความภักดีในตราสินค้า
3. การโฆษณาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อลูกอมมากกว่าราคา ผลิตภัณฑ์

ช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย

4. รายได้ของครอบครัวที่กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นนั้นอยู่อาศัย ไม่มีความสัมพันธ์กับการ

ตัดสินใจซื้อลูกอม

หมายเหตุ รายได้ของครอบครัวที่กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นนั้นอยู่อาศัยหมายถึง รายได้ของบิดามารดาหรือผู้ปกครองของวัยรุ่นนั้นรวมกัน

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

ทำให้ทราบถึงสภาวะตลาดลูกอม ตลอดจนทัศนคติ ความคิดเห็นและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อลูกอมของผู้บริโภค อันจะเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาดในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ได้ดียิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาเฉพาะความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่น ในช่วงอายุระหว่าง 13-20 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยการค้นคว้าวิจัยจะแบ่งออกเป็น 4 บทดังต่อไปนี้

บทที่ 1 บทนำ จะกล่าวถึงความสำคัญของการวิจัย และวิธีการดำเนินการค้นคว้า

บทที่ 2 เป็นการศึกษาถึงประวัติความเป็นมาและการดำเนินงานด้านการตลาดของ

ลูกอม

บทที่ 3 เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ถึงความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นใน เขตกรุงเทพมหานคร

มหานครที่มีต่อลูกอมในด้านต่าง ๆ

บทที่ 4 เป็นการศึกษาทดสอบสมมติฐาน สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

วิธีการศึกษาค้นคว้าวิจัย

1. ชนิดและแหล่งที่มาของข้อมูล

ชนิดและแหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษานี้ แบ่งออกเป็น

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่เก็บจากแหล่งข้อมูลโดยตรง ซึ่งได้แก่ การสำรวจด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยวิธีการสำรวจในลักษณะการสัมภาษณ์ผู้บริโภครโดยตรง

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากหนังสือวารสารและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การศึกษารั้งนี้ มีเนื้อหาที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. ประชากรและการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารั้งนี้ผู้ทำการวิจัย ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้กำหนดกรอบของตัวอย่างและการคัดเลือกตัวอย่างในกลุ่มวัยรุ่นดังนี้

ก. กรอบของตัวอย่าง (Sampling frame)

ประชากรเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุในช่วงระหว่าง 13-20 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำนวนตัวอย่างที่จะสุ่มมี 600 ตัวอย่าง

ข. แผนการสุ่มตัวอย่าง (Sampling design)

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) แบบตามความประสงค์ของผู้ทำวิจัย (Judgmental

sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มโดยใช้อายุเป็นเกณฑ์ กล่าวคือ

ชั้นที่ 1 กลุ่มวัยรุ่นตอนต้น อายุระหว่าง 13-15 ปี

ชั้นที่ 2 กลุ่มวัยรุ่นตอนกลาง อายุระหว่าง 16-18 ปี

ชั้นที่ 3 กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย อายุระหว่าง 19-20 ปี

3. การใช้แบบสอบถาม

ก. การเตรียมแบบสอบถาม แบบสอบถามที่เขียนขึ้นโดยผู้เขียนศึกษาโดยดูจากวารสารตำราการวิจัย พร้อมกับขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการร่างแบบสอบถาม จากผู้เขียนได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับนักเรียน นิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 20 ชุด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องเพื่อนำมาทำการแก้ไข ปรับปรุง จนแน่ใจว่าแบบสอบถามมีความถูกต้องตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

ข. ลักษณะของแบบสอบถาม การออกแบบสอบถามจะต้องให้ง่ายและสะดวกแก่ผู้ตอบ แต่ก็จะต้องให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ และสมมติฐานที่จะทำการค้นคว้าวิจัยด้วยแบบสอบถามที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ มีลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามที่ให้เลือกตอบระหว่าง 2 คำตอบ (Dichotomous) เป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือกตอบเพียง 2 ข้อ

2. แบบสอบถามที่ให้เลือกคำตอบข้อที่ดีที่สุดเพียงข้อเดียวหรือแบบให้เลือกตอบ (Multiple choice) ซึ่งผู้ตอบสามารถเลือกคำตอบที่ใกล้เคียงกับตนเองมากที่สุดเพียงข้อเดียว

3. แบบสอบถามที่ให้เลือกตอบจากรายการที่กำหนดให้ (Check list) เหมือนกับแบบ Multiple choice แต่แบบนี้ผู้ตอบสามารถตอบได้หลายคำตอบ

4. แบบสอบถามที่ให้เรียงลำดับความสำคัญ (Ranking) เป็นการสอบถามความคิดเห็น โดยให้ผู้ตอบเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของคำตอบ

5. แบบสอบถามแบบเปิด (Open-Ended) เป็นคำถามที่ไม่ได้จำกัดขอบเขตของคำตอบ ผู้ตอบสามารถตอบคำตอบตามความรู้สึกที่แท้จริงโดยเสรี

4. การวิจัยสนาม (Field work) การวิจัยสนามครั้งนี้ใช้พนักงานสัมภาษณ์ที่มีประสบการณ์ 3 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยผู้เขียนได้อบรมพนักงานสัมภาษณ์ให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการสำรวจ เข้าใจถึงหน้าที่ต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติในสนาม อบรมให้เข้าใจถึงเทคนิคต่าง ๆ ในการสัมภาษณ์ นอกจากนี้ยังได้มีการให้พนักงานทดลองการสัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะได้ข้อมูลที่ถูกต้อง

การออกงานสนามกระทำระหว่างวันที่ 4 สิงหาคม - 24 กันยายน พ.ศ. 2529 ตั้งแต่เวลา 9.00 - 17.00 น. โดยที่ผู้เขียนได้ทำหน้าที่ในการควบคุมตลอดเวลาที่ออกงานสนาม เพื่อคอยช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

5. การประมวลผลข้อมูล (Data processing) หลังจากที่ได้มีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้ว จึงทำการลงรหัสใน Coding Form แล้วจึงทำการบันทึกข้อมูลในแผ่นบัตรคอมพิวเตอร์ แล้วจึงทำการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS-X เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ

ตัวสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

1. วิธีอัตราส่วนร้อยละ (Percentage)
2. ตัวสถิติทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

เนื่องจากการกระจายของข้อมูล ไม่ใช่ข้อมูลทางสถิติที่เป็นพารามิเตอร์

(Non-Parameter) การทดสอบ จะวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ หรือความมีอิสระต่อกันในการกระจายของข้อมูล โดยนิยมใช้วิธีการทดสอบแบบไคสแควร์ ซึ่งมีสูตรและสัญลักษณ์ ดังนี้

$$X^2 = \sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$i = 1, 2, 3, \dots, c$$

$$j = 1, 2, 3, \dots, r$$

$$df = (r-1)(c-1)$$

$$O_{ij} = \text{ความถี่ที่ได้จากการทดลองปฏิบัติ}$$

$$E_{ij} = \text{ความถี่ที่คิดว่าควรจะเป็นหรือตามทฤษฎี}$$

$$E_{ij} = \frac{(n_{i.})(n_{.j})}{n..}$$

- เมื่อ $n_{i.}$ = จำนวนรวมของความถี่ตามแถวตั้งที่ i
 $n_{.j}$ = จำนวนรวมของความถี่ตามแถวอนที่ j
 $n..$ = จำนวนรวมของความถี่ทั้งหมด

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ทำการสำรวจความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นในช่วงอายุระหว่าง 13-20 ปี ที่อยู่ในสถานศึกษาต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ข้อมูลที่ปรากฏในการวิจัยจะเป็นข้อมูลในช่วงระยะเวลาเดือนสิงหาคม - กันยายน พ.ศ. 2529 เพราะฉะนั้นทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นอาจมีการเปลี่ยนแปลง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย