หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ร่างกายของคนเราเมื่อต้องมีการทำงานหรือออกกำลังกายเคลื่อนไหวย่อมต้องใช้พลังงานในร่างกายที่มีอยู่ไปจำนวนหนึ่ง และเมื่อพลังงานถูกใช้หมดไปมาก ก็จะต้องรู้สึกมีอาการอ่อนเพลีย วิธีที่ดีที่สุดที่จะเรียกพลังงานกลับคืนเพื่อให้สามารถทำงานใหม่ได้ดีเหมือนเดิมก็ต้องมีการรับประทานอาหารและพักผ่อน คือการนอนหลับให้เพียงพอเพื่อสร้างเสริมพลังงานขึ้นมา แต่ในบางครั้งก็ไม่อาจจะพักผ่อนนอนหลับตามที่ร่างกายต้องการได้ เนื่องจากความจำเป็นต่าง ๆ เช่น ต้องทำงานในเวลากลางคืน หรือต้องทำงานติดต่อกันเป็นระยะเวลานาน เช่น คนขับรถบรรทุกทางไกล คนงานในโรงงาน ยามรักษาการในเวลากลางคืน นักเรียนที่ต้องเตรียมตัวสอบ หรือแพทย์ที่ต้องรักษาคนป่วยตลอดคืน เป็นต้น เครื่องดื่มหรือยากระตุ้นจึงได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนเรามากขึ้น เพราะเมื่อดื่มแล้วจะสามารถช่วยให้เกิดการตื่นตัว ป้องกันการง่วงเหงาหาวนอน เอาชนะความเหน็ดเหนื่อยอ่อนเพลียได้ อย่างน้อยก็ชั่วระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนั้น ได้แก่ เครื่องดื่มที่เราเรียกกันจนติดปากว่า "เครื่องดื่มชูกำลัง" และจากการที่มีการโฆษณาว่าสามารถบำรุงตับ ป้องกันตับแข็งหรือดื่มแล้วจะทำให้มีกำลังวังชาดีขึ้น เป็นต้น จึงทำให้ได้รับความสนใจจากบุคคลหลายอาชีพเป็นอย่างมาก ซึ่งแท้จริงแล้วหากผู้บริโภคได้ศึกษาจากรายละเอียดบนฉลากข้างขวดแล้ว ก็จะทราบได้ว่าส่วนประกอบสำคัญของเครื่องดื่มประเภทนี้ได้แก่ คาเฟอีน (Caffeine) น้ำตาลและวิตามินชนิดต่าง ๆ นอกจากนั้นก็มีสารเคมีจำพวก Glucuronolactone Taurine และอาจจะมีวัตถุกันเสียหรือสารแต่งกลิ่น รส สีต่าง ๆ [1] ประกอบด้วย ซึ่งส่วนประกอบสำคัญต่าง ๆ

---

[1] เภสัชกรหญิงนฤมล โกมลเสวิน, "เครื่องดื่มบางชนิดที่ว่าทำให้ชูกำลังนั้นจริงหรือไม่และได้มีการควบคุมอย่างไร," วารสารการประชุมวิชาการครั้งที่ 1/2524 (10 กรกฎาคม พ.ศ. 2524) : 2.

เหล่านี้บางชนิดก็มีเพียงพออยู่แล้วในอาหารประจำวัน ไม่จำเป็นที่จะต้องหามาบำรุงเพิ่มเติม อีก อีกประการหนึ่งเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนอื่น ๆ ก็มีขายในท้องตลาดมากมายหลายชนิด เช่น ชา กาแฟ โกโก้ น้ำอัดลม เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามเครื่องดื่มประเภทชูกำลังซึ่งมีจำหน่ายในชื่อต่าง ๆ กันหลายชนิดกลับมีผู้นิยมดื่มจนติดกันมากกว่า

ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มประเภทชูกำลังทั้งในด้านเหตุผล ความพอใจในการบริโภค ราคาจำหน่าย การจัดจำหน่าย และเหตุผลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางที่ดีแก่ผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมประเภทนี้ในการที่จะปรับปรุง เปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ของตนให้เป็นที่นิยมและตรงกับความพอใจของผู้บริโภคให้มากที่สุด

<u>วัตถุประสงค์ของการศึกษา</u>

1. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคเครื่องดื่มประเภทชูกำลังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสินค้า ราคา การวางจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่ายของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย

2. เพื่อศึกษาถึงส่วนแบ่งตลาด(Market Segmentation)ของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้โดยแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะของผู้บริโภค เช่น อาชีพ การศึกษา อายุ เพศ พฤติกรรมการซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์

<u>ขอบเขตของการศึกษา</u> ขอบเขตของการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การดำเนินการสำรวจทัศนคตินั้นจะกระทำเฉพาะผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครใน 24 เขตเท่านั้น

2. ข้อมูลที่ปรากฏในการวิเคราะห์ของการวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นในระยะเวลาระหว่าง พ.ศ. 2524- พ.ศ. 2526 นี้เท่านั้น

<u>ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาและวิเคราะห์วิจัย</u>

1. ผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทชูกำลังในประเทศไทยในด้านการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทชูกำลังให้เป็นที่พอใจต่อผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

2. ผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา หน่วยราชการที่เกี่ยว

ข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ที่กำลังจะเข้ามาในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทชูกำลังและประชาชนผู้บริโภคในด้านการเผยแพร่ความรู้และเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องดื่มประเภทชูกำลังได้

สมมุติฐานของการวิจัย

1. อายุ อาชีพ ระดับรายได้และระดับการศึกษา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและเลือกยี่ห้อ

2. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับการโฆษณา

วิธีการศึกษาวิจัย

แหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษาวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น

1. ข้อมูลปฐมภูมิ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จาก

1.1 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลังในเขตกรุงเทพมหานครในเรื่องเกี่ยวกับการผลิตและช่องทางการจำหน่าย

1.2 ข้อมูลที่เก็บจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการออกแบบสอบถามและใช้วิธีการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็น ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้นผู้เขียนได้ศึกษาจากหนังสือการวิจัยตลาด วิทยานิพนธ์และหนังสือต่าง ๆ ตลอดจนคำแนะนำจากอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการวิจัย และเมื่อทำการร่างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็ได้มีการทดลองแบบสอบถาม (Pretest) จำนวน 25 รายกับนิสิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พนักงานองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย พนักงานโรงพยาบาลหัวเฉียวและคนงานในโรงงานหล่อพลาสติกบินทร์พลาสติค เพื่อทดสอบความเข้าใจในคำถามต่าง ๆ ในแบบสอบถาม และนำมาแก้ไขข้อบกพร่องพร้อมทั้งปรับปรุงเป็นแบบสอบถามที่เหมาะสมต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ การศึกษาด้วยวิธีนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสาร (Documentary Study)ซึ่งผู้เขียนได้ทำการค้นคว้าจากหนังสือวารสารเผยแพร่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้ เพื่อให้ผลของการศึกษาครั้งนี้ได้ประโยชน์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ประชากรและการเลือกตัวอย่าง

ประชากรตามความหมายของการศึกษาในเรื่องนี้ หมายถึงผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร การสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ จะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)โดยใช้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 600 ตัวอย่างสุ่มทั้งเพศชายและเพศหญิงปนกัน แต่เนื่องจากการศึกษาขั้นต้นพบว่าเครื่องดื่มประเภทนี้เป็นที่นิยมกันในหมู่เพศชายมากกว่าเพศหญิง ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์และกระจายดียิ่งขึ้น ผู้เขียนจึงเลือกสุ่มตัวอย่างเพศชายต่อเพศหญิงในอัตราส่วนเท่ากับ 5 ต่อ 1 โดยมุ่งสัมภาษณ์ไปยังบุคคลทั่ว ๆ ไปในทุกเขตของกรุงเทพมหานคร เฉลี่ยไปตามสถานที่ราชการ สถานศึกษา สถานประกอบการตลอดจนร้านค้าประเภทต่าง ๆ ซึ่งในการสัมภาษณ์นั้นผู้เขียนได้ทำการสัมภาษณ์ร่วมกับเจ้าหน้าที่อีก 3 ท่านที่ได้รับการอบรมถึงหน้าที่ต่าง ๆ ที่ต้องปฏิบัติในสนาม ตลอดจนวิธีการที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ที่สุด

การประมวลผลและการวิเคราะห์แปลความหมาย

เมื่อได้คำตอบจากแบบสอบถามที่ได้จากการออกสำรวจตามที่ต้องการแล้ว ก็จะนำเอาแบบสอบถามเหล่านั้นมาทำการวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แล้วนำมาบันทึกคำตอบต่าง ๆ ลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อคำนวณการแจงนับความถี่ของรายการข้อมูลแต่ละรายการรวมทั้งเสนอข้อมูลเป็นตารางเปรียบเทียบร้อยละ

สำหรับการทดสอบสมมุติฐานต่าง ๆ ผู้เขียนจะทำการทดสอบสมมุติฐานเหล่านั้นด้วยวิธีการทางสถิติ คือการทดสอบแบบไคสแควส์ (Chi-Square Test)

รูปแบบการเสนอผลงานวิจัย

บทที่ 1 กล่าวถึงความเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาและวิเคราะห์ สมมุติฐานของการศึกษา วิธีการศึกษาค้นคว้าและวิจัย วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างและวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 2 แสดงถึงประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทชูกำลัง การผลิต ปริมาณการจำหน่าย ราคาจำหน่าย การส่งเสริมการจำหน่าย และภาวะการตลาด

บทที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคเครื่องดื่มประเภทชูกำลัง

บทที่ 4 แสดงการทดสอบสมมุติฐาน การสรุปผลการวิจัยตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย