



บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

น้ำส้มสายชู (Vinegar) จัดเป็นเครื่องปรุงแต่งรสอาหารที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อชีวิตประจำวันอย่างหนึ่งไม่ยิ่งหย่อนกว่าเครื่องปรุงรสอื่นๆ โดยเฉพาะวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวเอเชีย ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในแถบร้อน จึงต้องการอาหารที่มีรสจัด เพื่อช่วยเพิ่มรสชาติให้รับประทานได้มากขึ้น ซึ่งได้แก่ รสเค็ม หวาน เผ็ด และเปรี้ยว สำหรับรสเปรี้ยวนี้ถึงแม้ว่าจะมีวัตถุดิบสด เช่น มะนาวและสารที่ให้ความเปรี้ยวอื่นๆ หลายชนิดก็ตาม แต่สิ่งหนึ่งซึ่งจะขาดเสียมิได้ในครอบครัวไทยๆ หรือตามภัตตาคารร้านอาหารทั่วไปคือน้ำส้มสายชู นอกจากจะใช้ปรุงแต่งรสอาหารแล้ว ยังใช้ในการถนอมรักษาอาหารสดให้เก็บไว้ได้นาน ๆ ด้วยวิธีการดอง เช่น การดองผักและผลไม้ต่าง ๆ และเนื่องจากการที่เราสามารถใช้ประโยชน์จากน้ำส้มในการประกอบอาหารได้มากมายนี้เองที่ทำให้เกิดเป็นปัญหาขึ้นเสมอ ๆ ปัญหาไม่ได้เกิดที่ตัวน้ำส้ม แต่เกิดขึ้นเนื่องจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของพ่อค้าหรือความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนโดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยทำน้ำส้มสายชูปลอมจากกรดกำมะถันและทำน้ำส้มสายชูเทียมจากอะซิติกแอซิกเข้มข้น แล้วนำมาผสมน้ำ ทำเป็นน้ำส้มสายชูออกวางขายตามท้องตลาด ทั้งกรดกำมะถันและอะซิติกแอซิกนี้ เป็นกรดที่ใช้ในกิจการสิ่งทอ และฟอกหนัง ซึ่งบางครั้งมีสารปรอทหรือสารหนูที่เป็นพิษเจือปนอยู่ด้วย เมื่อรับประทานเข้าไปบ่อยครั้งก็จะทำให้หลอดอาหารเป็นแผลและตีตันจนกินอาหารไม่ได้ จึงนับว่าเป็นอันตรายต่อร่างกายอย่างมาก ในฐานะที่เราเป็นผู้บริโภคคนหนึ่ง เราจึงควรรู้รายละเอียดเกี่ยวกับน้ำส้มสายชู เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพของตัวเราเอง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า ราคา การวางจำหน่าย และการส่งเสริมการขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยพิจารณาถึงความคิดเห็นและการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น อนึ่งคำว่า "ผู้บริโภค" ในที่นี้หมายถึง ผู้บริโภคในชั้นสุดท้าย ส่วนในด้านการตลาดก็ทำการสำรวจและสอบถามจากบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานครเช่นกัน

วิธีศึกษาวิจัย

การศึกษาค้นคว้าและวิจัยในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ และศึกษาถึงลักษณะและสภาพโดยทั่ว ๆ ไปทางด้านการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำส้มสายชู ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งความช่วยเหลือหรือความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานรัฐบาล โดยศึกษารวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่มาต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1. ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่เก็บจากแหล่งข้อมูลโดยตรง ซึ่งแยกออกเป็น
 - 1.1 ข้อมูลที่เก็บจากผู้ให้ข้อมูลโดยวิธีการสำรวจในลักษณะการออกแบบ-สอบถาม สัมภาษณ์ผู้บริโภคโดยตรง และข้อมูลที่ได้มาจะนำมาวิเคราะห์ในบทที่ 4
 - 1.2 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชน เช่น การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่องค์การอาหารสำเร็จรูป (อสร.) เจ้าหน้าที่กองโภชนาการ กระทรวงสาธารณสุข และสัมภาษณ์ผู้จัดการด้านการตลาดบริษัทผู้ผลิตผู้จำหน่าย เป็นต้น
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่มีได้เก็บจากแหล่งกำเนิดโดยตรง แต่เป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งอื่นที่เก็บข้อมูลไว้ก่อนแล้ว ได้แก่ การศึกษาหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร และเอกสารต่าง ๆ

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น¹ (Non-Probability Sampling) เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่มีทางที่จะประมาณค่าความน่าจะเป็นของตัวอย่างแต่ละหน่วยได้ แบ่งได้ดังนี้

1. Purposive Sampling เป็นการเลือกตัวอย่าง โดยให้เป็นไปโดยเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ทำการวิจัย

2. Convenience Sampling เป็นการเลือกตัวอย่าง เพราะความสะดวกหรือง่ายต่อการศึกษาและตัวอย่างที่เลือกเข้ามานี้ อาจเป็นตัวแทนของประชากรได้

ขนาดของตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดจำนวน 450 ราย แบ่งเป็นการเลือกตัวอย่างแบบ Purposive Sampling 90 ราย (20%) และแบบ Convenience Sampling 360 ราย (80%) การเลือกตัวอย่างแบบ Purposive Sampling ได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรในห้างสรรพสินค้าและตลาดสดหลายแห่งในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการคือพวกแม่บ้าน ส่วนการสุ่มตัวอย่างแบบ Convenience Sampling ได้ทำการสุ่มจากประชากรในเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร รวม 24 เขต โดยไม่เฉพาะเจาะจงว่าจะสุ่มตัวอย่างจากประชากรกลุ่มใด ประเภทใด แต่จะพยายามกระจายการสุ่มไปให้ครอบคลุมประชากรทุกประเภทในเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะของแบบสอบถาม

การออกแบบสอบถามเป็นในลักษณะที่ง่ายและสะดวกแก่ผู้ตอบ แต่ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่จะทำการค้นคว้าวิจัย แบบสอบถามที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ออกไว้ล่วงหน้า โดยผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องของน้ำส้มสายชู มีลักษณะต่าง ๆ² ดังต่อไปนี้

1. เป็นแบบสอบถามที่กำหนดคำตอบไว้เรียบร้อยแล้ว และคำตอบที่กำหนดไว้เป็นคำตอบที่แน่นอน 2 คำตอบ (dichotomous)

¹ นราศรี ไววนิชกุล ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ พิมพ์ที่โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หน้า 97.

² เรื่องเดียวกัน, หน้า 106.

2. เป็นแบบสอบถามที่กำหนดคำตอบไว้เรียบร้อยแล้ว และคำตอบที่กำหนดไว้ นั้นมีมากกว่า 2 คำตอบ (multiple choices) นอกจากนี้ยังมีเงื่อนไขต่างๆ เพิ่มเติมอีก เช่น ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และให้เรียงลำดับความสำคัญ

3. เป็นแบบสอบถามที่มีได้กำหนดคำตอบไว้ ให้ตอบโดยอิสระ หรือเรียกว่า ปลายเปิด คำถามลักษณะนี้ต้องการให้ผู้ตอบตอบตามทัศนคติของตน

ตัวสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน คือ อัตราส่วนเบร์เช็นต์ หรือร้อยละ

สมมติฐานในการค้นคว้าวิจัย

1. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับการโฆษณา
2. ยี่ห้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ขั้นตอนในการค้นคว้าวิจัย

1. รวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารทางวิชาการจากหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่น องค์การอาหารสำเร็จรูป กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น
2. ดำเนินการออกแบบสอบถาม
3. ทำ Pre-test และแก้ไขแบบสอบถาม
4. ออกสัมภาษณ์ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์
6. สรุปผลการค้นคว้าวิจัยและข้อเสนอแนะ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการค้นคว้าวิจัย

1. จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้จำหน่ายได้ทราบถึง ความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อน้ำส้มสายชู
2. ทำให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายทราบว่า สินค้าของตนเหมาะกับผู้บริโภคกลุ่มไหน

ควรใช้โฆษณาอย่างน้อยเพียงไร และควรใช้สื่อโฆษณาอย่างไร นอกจากนี้ยังทำให้ทราบว่า-
ห้อมีความสำคัญต่อสินค้าประเภทนี้มากน้อยเพียงใด

3. จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษา และ
ประชาชนโดยทั่วไป

4. จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้ที่จะเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย