

สรุปการวิจัย และขอเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องอิทธิพลของชื่อการค้าและคุณภาพของน้ำอัดลมต่อพฤติกรรมการเลือกดื่มของผู้บริโภค สรุปการวิจัยได้ดังนี้

ความมุ่งหมาย

จุดประสงค์ของการวิจัยนี้ มุ่งศึกษาอิทธิพลของชื่อการค้าและคุณภาพของน้ำอัดลมโดยพิจารณาพฤติกรรมการเลือกดื่มน้ำอัดลมของผู้บริโภค เป็นตัวแปรตาม

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง ผู้รับการทดลองเป็นนิสิตชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ และนิสิตระดับปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 30 คน เป็นหญิง 23 คน ชาย 7 คน เข้าร่วมการทดลองด้วยความสมัครใจ และได้รับเงินคนละ 10 บาท หลังจากเสร็จสิ้นการทดลอง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง
 - 2.1 น้ำอัดลม 3 ชนิด คือ เปปซี่ โคลา โคลา โคลา และ อารชี โคลา ชนิดละ 36 ขวด รวมทั้งสิ้น 108 ขวด
 - 2.2 แก้วนํ้าเปล่า ที่ผู้วิจัยทำเครื่องหมายแสดงระดับที่บรรจุน้ำได้ 20 ลูกบาศก์เซนติเมตร (c.c.) 3 ใบ
 - 2.3 แก้วนํ้า ใช้สำหรับบรรจุน้ำอัดลม โดยผู้วิจัยทำเครื่องหมายแสดงระดับที่บรรจุน้ำอัดลมได้ 10 ลูกบาศก์เซนติเมตร จำนวน 18 ใบ

2.4 หลอดแกมมีซีตบอกริมมาตรของเหลวที่บรรจุ ใช้เป็นมาตรฐานในการทำ
เครื่องหมายอกระดับของเหลวที่จะรินใส่แกว่น้ำที่ใช้ในการทดลอง

2.5 กรวย ใช้สำหรับรินน้ำอัดลมถ้วยชา

2.6 ฟาจูกยาง ใช้ปิดขวดน้ำอัดลมแทนฟาจูกเดิมที่ผู้วิจัยเปิดออก และทำการ
ถ่ายเทน้ำอัดลมข้ามขวดแล้ว เพื่อป้องกันมิให้รสชาติน้ำอัดลมในขวดมีการเปลี่ยนแปลง จำนวน
ฟาจูกยางรวม 18 อัน

2.7 ถังแช่น้ำแข็ง ใช้แช่น้ำอัดลม และน้ำกลั่น จำนวน 3 ใบ

2.8 น้ำแข็ง

2.9 น้ำกลั่น โพลาริส (Polaris)

2.10 แบบบันทึกข้อมูล สำหรับผู้รับการทดลองบันทึกหมายเลขประจำขวดน้ำอัดลม
ที่ผู้รับการทดลองเลือก จากการเปรียบเทียบน้ำอัดลมครั้งละ 2 ชนิด รวม 27 ครั้ง

2.11 แบบสอบถาม สำหรับบันทึกข้อมูลส่วนตัว เกี่ยวกับประวัติการคิมน้ำอัดลม
ชนิดของน้ำอัดลมที่ผู้รับการทดลอง ตลอดจนรายละเอียดเกี่ยวกับการคิมเครื่องดื่มของผู้รับการ
ทดลอง

รูปแบบการทดลอง

1. น้ำอัดลมที่ใช้ในการทดลอง มี 3 ชนิด คือ เปปซี่ โคล่า โคล่า โคล่า และ
อาร์ชี โคล่า
2. ผู้วิจัยจัดรูปแบบการบรรจุน้ำอัดลมแต่ละชนิดในขวดน้ำอัดลมที่มีชื่อการค้าบนขวด
3 ชนิด คือ เปปซี่ โคล่า โคล่า โคล่า และ อาร์ชี โคล่า ดังนี้
 - 2.1 บรรจุน้ำอัดลมตรงกับชื่อการค้าที่ปรากฏบนขวดน้ำอัดลม
 - 2.2 บรรจุน้ำอัดลม ในขวดที่มีชื่อการค้าชนิดอื่นอีก 2 ชนิด
3. ผู้รับการทดลองแต่ละคน จะมีโอกาสคิมน้ำอัดลมทั้ง 3 ชนิด ที่บรรจุในขวดที่มีชื่อ
การค้าต่าง ๆ รวม 9 รูปแบบ

4. ผู้วิจัยจัดแข่งขันของการบรรจุน้ำอัดลมสำหรับให้ผู้บริหารทดลอง เลือกจากความชอบ โดยการคั้นน้ำอัดลมเปรียบเทียบกันทีละคู่ แล้วบันทึกว่าเลือกชนิดใดชนิดหนึ่งลงในแบบบันทึกข้อมูล ที่ผู้วิจัยจัดเตรียมไว้ ออกเป็น 2 ประเภท คือ

4.1 น้ำอัดลมที่มีขวดที่มีชื่อการค้าเหมือนกัน แต่บรรจุน้ำอัดลมต่างชนิดกัน เพื่อทดสอบความชอบในรสน้ำอัดลม จากการ เปรียบเทียบกันทีละคู่ ตั้งแต่ขั้นการทดลองที่ 1, 2 และ 3 ขั้นการทดลองละ 3 คู่ รวม 9 คู่

4.2 น้ำอัดลมที่มีขวดที่มีชื่อการค้าต่างกัน น้ำอัดลมที่บรรจุต่างชนิดกัน เพื่อทดสอบความชอบในรสและชื่อการค้า น้ำอัดลม เปรียบเทียบกันทีละคู่ ตั้งแต่ขั้นการทดลองที่ 4, 5, 6, 7, 8, และ 9 ขั้นการทดลองละ 3 คู่ รวม 18 คู่

5. การทดลองแบ่งเป็น 9 ขั้น การทดลองแต่ละขั้นการทดลอง ผู้รับการทดลองจะต้อง คั้นน้ำอัดลมเปรียบเทียบกันทีละคู่ รวม 3 คู่ และจะต้องตัดสินใจเลือกน้ำอัดลมชนิดใดชนิดหนึ่ง ทุก ครั้งที่มีน้ำอัดลมเปรียบเทียบ 2 ชนิด รวมจำนวนครั้งที่ผู้รับการทดลองแต่ละคนจะต้องตัดสินใจ เลือกน้ำอัดลมทดลองการทดลองรวม 27 ครั้ง

6. ทุกขั้นการทดลอง มีผู้ทดลอง 3 คน นั่งประจำโต๊ะละ 1 คน เพื่อทำหน้าที่รินน้ำ กลิ่นและน้ำอัดลมให้ผู้รับการทดลองทุกขั้นการทดลอง

3. วิธีการทดลอง

3.1 ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้รับการทดลองทั้งหมดรวม 30 คน ออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน เพื่อให้ผู้รับการทดลองเข้ารับการทดลองครั้งละ 3 คน กำหนดหมายเลขประจำตัวผู้รับ การทดลองที่เข้ารับการทดลองในขณะเวลาเดียวกัน โดยกำหนดหมายเลข 1, 2 และ 3 ตามลำดับ

3.2 ผู้วิจัยจัดเตรียมขั้นการทดลองทั้งหมดรวม 9 ขั้น ดำเนินการวันละ 3 ขั้น การทดลอง ชั้นละ 1 ช่วงระยะเวลา คือ เช้า กลางวัน และ เย็น

3.3 ทุกขั้นการทดลอง ผู้วิจัยจัดเตรียมโต๊ะสำหรับวางน้ำอัดลม 3 ตัว คิดหมายเลข 1, 2 และ 3 ตามลำดับ โต๊ะแต่ละตัวเป็นที่สำหรับวางน้ำอัดลม 2 ชนิด ผู้รับการทดลองทุกคนจะต้องคั้นน้ำอัดลมที่เตรียมไว้ครบทั้ง 3 โต๊ะ โดยผู้รับการทดลองจะต้องเริ่มเข้ารับการทดลอง โต๊ะที่มีหมายเลขตรงกับหมายเลขประจำตัวของผู้รับการทดลองทุกครั้ง แล้วจึงเข้ารับการทดลอง โต๊ะต่อไปจนครบ

3.4 การจัดเตรียมน้ำอัดลมทั้ง 3 ชนิด ผู้วิจัยคิดหมายเลขที่ขวดน้ำอัดลมที่ทิ้งไว้แต่ละโตะเหมือนกันทุกชั้นการทดลอง คือ

โตะที่ 1 คิดหมายเลข 1 และ 2 ที่ขวดน้ำอัดลม

โตะที่ 2 คิดหมายเลข 3 และ 4 ที่ขวดน้ำอัดลม

โตะที่ 3 คิดหมายเลข 5 และ 6 ที่ขวดน้ำอัดลม

3.5 แต่ละโตะ ผู้รับการทดลองจะต้องกินน้ำกลั่นที่ผู้รับการทดลองงานให้ 10 ลูกบาศก์เซนติเมตรก่อน แล้วจึงกินน้ำอัดลมที่ผู้รับการทดลองรับให้ทีละชนิด ชนิดละ 10 ลูกบาศก์เซนติเมตร และกินน้ำเปล่า 20 ลูกบาศก์เซนติเมตร เพื่อให้หมดรสน้ำอัดลมที่ผู้รับการทดลองเพิ่งดื่ม แล้วจึงกินน้ำอัดลมชนิดต่อไป 10 ลูกบาศก์เซนติเมตร เปรียบเทียบว่าจะเลือกน้ำอัดลมชนิดใด แล้วจึงบันทึกหมายเลขน้ำอัดลมที่เลือกลงในแบบบันทึกหลังจากดื่มน้ำอัดลมครบ 2 ชนิด

3.6 ก่อนการทดลอง ผู้วิจัยอธิบายให้กลุ่มผู้รับการทดลองทราบจุดมุ่งหมายของการทดลอง และประโยชน์ของการทดลอง แล้วจึงจัดผู้รับการทดลองที่หมายเลข 1, 2 และ 3 หมายเลขละ 1 คน เข้ารับการทดลองพร้อมกันครั้งละ 3 คน ก่อนเริ่มการทดลอง ผู้วิจัยอธิบายวิธีการที่ใช้ในการทดลอง การเสนอน้ำอัดลมให้ดื่ม และการบันทึกข้อมูลลงในแบบบันทึกที่ผู้วิจัยจัดเตรียมไว้ให้ผู้รับการทดลองจนเข้าใจ จึงเริ่มการทดลอง

3.7 ผู้วิจัยดำเนินการทดลองครบ 9 ชั้น การทดลอง ภายหลังจากที่ผู้รับการทดลองแต่ละคนเข้ารับการทดลองทุกชั้นการทดลองแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้รับการทดลองกรอกรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติการดื่ม เครื่องดื่มของผู้รับการทดลอง โดยอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามให้ผู้รับการทดลองเข้าใจ และตอบแบบสอบถามจนครบ 30 คน จึงเสร็จสิ้นการทดลอง

การวิเคราะห์หอยมด

1. ทหารอยละ

1.1 ไคการอยละของจำนวนครั้งการเลือกสน้ำอัดลมที่บรรจุในขวดที่มีชื่อการค้าเหมือนกัน แต่สน้ำอัดลมต่างชนิดกัน

1.2 ไคการอยละของจำนวนครั้งการเลือกสน้ำอัดลมที่บรรจุในขวดที่มีชื่อการค้าต่างกัน น้ำอัดลมต่างชนิดกัน

1.3 ไคการอยละของจำนวนครั้งการเลือกชื่อการค้าสน้ำอัดลมที่บรรจุในขวดที่มีชื่อการค้าต่างกัน น้ำอัดลมต่างชนิดกัน

2. รูปกราฟ

นำทหารอยละของข้อ 1.1, 1.2 และ 1.3 มาสร้างเป็นกราฟแท่ง

3. ทำการวิเคราะห์หาค่า ไคสแควร์

3.1 วิเคราะห์หาค่า ไคสแควร์ การเลือกสน้ำอัดลมที่บรรจุขวดที่มีชื่อการค้าเหมือนกัน แต่สน้ำอัดลมต่างชนิดกัน

3.2 การวิเคราะห์หาค่า ไค สแควร์ การเลือกสน้ำอัดลมที่บรรจุในขวดที่มีชื่อการค้าต่างกัน น้ำอัดลมต่างชนิดกัน

3.3 วิเคราะห์หาค่า ไค สแควร์ การเลือกชื่อการค้าสน้ำอัดลมที่บรรจุในขวดที่มีชื่อการค้าต่างกัน น้ำอัดลมต่างชนิดกัน

3.4 วิเคราะห์หาค่า ไค สแควร์ หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกสน้ำอัดลมที่บรรจุในขวดที่มีชื่อการค้า น้ำอัดลมของผู้บริโภคทดลอง

ผลของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องอิทธิพลของชื่อการค้าและคุณภาพของสน้ำอัดลม ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของผูบริโภคปรากฏว่า

1. อิทธิพลของคุณภาพ จากคาร์บอนของจำนวนครั้งการ เลือกรสน้ำอัดลมทั้ง สามชนิด จากการที่ผู้รับการทดลองได้เปรียบเทียบน้ำอัดลมที่บรรจุในขวดที่มีข้อบกพร่องเหมือนกัน แทรกต่างกันในการทดลองที่ 1, 2 และ 3 ปรากฏว่าคาร์บอนของจำนวนครั้งการ เลือกรสน้ำอัดลม เปปซี่ โคลดา โคลดา โคลดา และอาร์ซี โคลดา เท่ากับ 44.07 , 32.22 และ 23.70 ตามลำดับ แตกต่างจากคาร์บอนที่ควรจะได้ ถ้าคุณภาพไม่มีอิทธิพลต่อการ เลือกรสน้ำอัดลมของผู้รับการทดลอง ก็ร้อยละ 33.33 ทั้งสามรส และจากค่า ไค สแควร์ ที่คำนวณได้ คือ 16.95 ที่ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (d.f.) = 2 ค่า ไค สแควร์นี้มีโอกาสที่จะเป็นไปได้น้อยกว่า .01 ถ้าคุณภาพไม่มีอิทธิพลต่อการ เลือกรสน้ำอัดลมของผู้รับการทดลอง ดังนั้นจึงแสดงว่าคุณภาพ คือรส น้ำอัดลมมีอิทธิพลต่อการ เลือกรสน้ำอัดลมของผู้รับการทดลอง

2. อิทธิพลของคุณภาพและชื่อการค้า จากคาร์บอนของจำนวนครั้งการ เลือกรสน้ำอัดลมทั้งสามชนิด จากการที่ผู้รับการทดลองได้เปรียบเทียบน้ำอัดลมที่บรรจุในขวดที่มีชื่อการค้าต่างกัน รสต่างกันในการทดลองที่ 4, 5, 6, 7, 8 และ 9

2.1 อิทธิพลของคุณภาพ ปรากฏว่าคาร์บอนของจำนวนครั้งการ เลือกรสน้ำอัดลม เปปซี่ โคลดา โคลดา โคลดา และ อาร์ซี โคลดา เท่ากับ 44.81 , 32.22 และ 22.96 ตามลำดับ แตกต่างจากคาร์บอนที่ควรจะได้ ถ้าคุณภาพไม่มีอิทธิพลคือร้อยละ 33.33 ทั้งสามรส และจากค่า ไค สแควร์ที่คำนวณได้คือ 38.97 ที่ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (d.f.) = 2 ค่า ไค สแควร์ นี้มีโอกาสที่จะเป็นไปได้น้อยกว่า .01 ถ้าไม่มีอิทธิพลของคุณภาพ ดังนั้นจึงแสดงว่าผู้รับการทดลอง เลือกรสน้ำอัดลมจากคุณภาพคือรส น้ำอัดลมที่ดื่มในระหว่างการทดลอง

2.2 อิทธิพลของชื่อการค้า ปรากฏว่าคาร์บอนของจำนวนครั้งการ เลือกรสน้ำอัดลมที่บรรจุในขวดที่มีชื่อการค้า เปปซี่ โคลดา โคลดา โคลดา และอาร์ซี โคลดา เท่ากับ 31.29, 35.18 และ 33.51 ตามลำดับ ซึ่งใกล้เคียงกับการร้อยละที่ควรจะได้ ถ้าชื่อการค้าไม่มีอิทธิพลเลย คือร้อยละ 33.33 ทั้งสามรส และจากค่า ไค สแควร์ ที่คำนวณได้คือ 1.23 ที่ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (d.f.) = 2 ค่า ไค สแควร์ นี้มีโอกาสที่จะเกิดขึ้นมากกว่า .05 ถ้าไม่มีอิทธิพลของชื่อการค้า ดังนั้นจึงแสดงว่ายังไม่อาจคำนวณสมมติฐานที่ว่า การ เลือกรสน้ำอัดลมไม่มีความสัมพันธ์กับชื่อการค้าที่ปรากฏบนขวดน้ำอัดลม

3. ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อการค้าและคุณภาพ ปรากฏว่าค่า ไค สแควร์ ที่ได้จาก ตารางสัมพันธ์ (Contingency Table) 3×3 มีค่าเท่ากับ 1.35 ที่ระดับแห่งความเป็นอิสระ (d.f.) = 4 ถ้าชื่อการค้าและคุณภาพไม่มีความสัมพันธ์กัน ค่า ไค สแควร์นี้มีโอกาสที่จะ เกิดขึ้นมากกว่า .05 แสดงว่ายังไม่อาจค้านกับสมมติฐานที่ว่าชื่อการค้าไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพ นำอัคคม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรใช้กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบด้วยอาชีพต่าง ๆ หลาย ๆ อาชีพ
2. ควรศึกษาอิทธิพลของชื่อการค้า นำอัคคม โคลา ในผู้บริหารทดลอง เลือกจากชนวนำอัคคม ที่ตั้งไว้เปรียบเทียบกัน โดยมีคองซิมรสนำอัคคม

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย