

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการในการบริโภคน้ำอัดลมยี่ห้อหนึ่งในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นี้ ตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการเสนอแนะ พัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขน้ำอัดลมยี่ห้อนี้ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยการรวบรวม ข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้บริโภคโดยทั่วไปจำนวน 150 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 15 – 25 ปี เป็นนักเรียน /นักศึกษา ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ผู้บริโภคนิยมดื่มน้ำดำ หรือโคล่า มากที่สุด ส่วนใหญ่บริโภคน้ำอัดลม 1 – 3 วัน/สัปดาห์ ซึ่งนิยมบริโภคน้ำอัดลมจากกระป๋อง เนื่องจากความสะดวกง่ายในการซื้อ และการบริโภค สาเหตุหลักในการบริโภคน้ำอัดลม คือ แก้กระหาย เพราะน้ำอัดลม ส่วนผสมส่วนใหญ่มาจากน้ำและน้ำตาล เมื่อดื่มแล้วจะทำให้รู้สึกสดชื่น สามารถแก้กระหายได้ดี ซึ่งเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำอัดลมยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง คือรสชาติของน้ำอัดลมยี่ห้อนั้น ว่าตรงกับความต้องการได้มากเพียงใด และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือสถานที่จัดจำหน่าย ต้องสามารถหาซื้อได้ง่าย และมีความสะดวก ซึ่งจากผลการทดสอบโดยการให้ทดลองชิมน้ำอัดลมพบว่า ผู้บริโภคนิยมดื่มได้มากที่สุด เพราะชอบในรสชาติ ส่วนน้ำสัมนั้นผู้บริโภคนิยมดื่มยี่ห้อมิรินดา และพบว่าผู้บริโภคให้การตอบรับน้ำอู๋งุ่น ซึ่งเป็นน้ำยี่ห้อใหม่เป็นอย่างดี และเห็นว่าสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด ในด้านบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะซื้อเมื่อเห็นบรรจุภัณฑ์ของน้ำอัดลมยี่ห้อใหม่ ซึ่งเป็นขวดแก้ว แต่หากว่าน้ำอัดลมยี่ห้อนี้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีแบบเป็นกระป๋อง หรือคิดค้นบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ที่มีความน่าสนใจ ก็จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และน้ำอัดลมยี่ห้อใหม่นี้ นั้น ผู้บริโภคเห็นว่า หากมีการโฆษณาที่ดี และปรับปรุงในด้านรสชาติอีกเล็กน้อย ก็จะสามารถเป็นทางเลือกใหม่ในการบริโภคน้ำอัดลมได้

ABSTRACT

TE 158127

The objective of this study was to identify the factors effecting the demand of soft drink in Mueang District, Chiang Mai Province. The study also aimed to find the factors related to the selection of this soft drink product. The information obtained from this study was used as a guideline to suggest ways to improve this soft drink and to satisfy the customer's need. In this study questionnaires were used to collect data from a sample group of 150 customers. The results of the study showed that female undergraduate students, aged 15 – 25 years old had on average income of 5,000 baht per month. Most customers preferred drinking Black Carbonated Drinks or Cola 1 – 3 times a week and drank from cans because of their convenience and availability. The reason they drink the soft drink is to quench their thirst because it contains soda and sugar, which helps them feel refreshed. Taste is the most important factor for choosing drinks. Moreover, another important factor is the selling place, which should be convenient so that the drink is easy to buy. The results of the study showed that the most popular soft drink is Coca-Cola because of its taste. For orange flavored drinks, Mirinda is people's first choice. Customer were also satisfied with new grape flavored products. A television advertisement was highly effective in persuading customers to choosing the drink. The customers were pleased with the new product in glass bottle form. However, if it could be offered in the form of can, it would be more popular. In addition, the new soft drink product, which was studied, provided more advertisement and develops its taste in order to become a better choice for consumers.