



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิตินในอำเภอเมือง เชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เฉพาะผู้ที่เคยซื้อและบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิติน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 53.0) ช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 33.5) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 45.5) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 35.5) และรายได้เฉลี่ย ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 53.5)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิติน

2.1 องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิติน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมร้อยละ 70.56 โดยมีความรู้ ความเข้าใจในระดับมากที่สุด ในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิตินมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เรลดอาหารจำพวกแป้งด้วย ร้อยละ 92.0 มีความรู้ความเข้าใจระดับมากในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิตินไม่ได้จัดเป็นเครื่องดื่มชูกำลังเช่น กระทิ๊งแดง คาราบาวแดง ร้อยละ 75.5 รองลงมา คือ ในเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิติน อาจมีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ที่ร่างกายต้องการด้วย ร้อยละ 75.0 ฉลากข้างขวดเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิตินไม่มีการโฆษณาสรรพคุณ และประโยชน์ในการบริโภคอย่างละเอียด ร้อยละ 69.5 เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิติน ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบขวดพลาสติก และกล่อง ร้อยละ 68.5 การบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิตินทำให้ร่างกายมีการตื่นตัว และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ร้อยละ 68.0 และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์นิตินไม่ได้เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายอย่างเดียว

ร้อยละ 61.0 มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลางในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแอล-คาร์นิทีนที่เติมในเครื่องดื่มเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ ร้อยละ 55.0

2.2 องค์ประกอบด้านความคิดเห็นที่มีต่อเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.92 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อปัจจัยย่อยคือ เมื่อเปรียบเทียบราคาระหว่างเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนกับเครื่องดื่มประเภทให้พลังงานความสดชื่น เครื่องดื่มเกลือแร่ พบว่าเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน มีราคาสูงกว่า (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา คือ ในเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน มีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ที่ร่างกายต้องการด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.40) การบริโภคเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เราลดอาหารจำพวกแป้งด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.33) เครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบขวดพลาสติก และกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.24) การบริโภคเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนทำให้ร่างกายมีการตื่นตัว และกระตือรือร้นในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายของแอล-คาร์นิทีนน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.88) เครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนมาได้จัดเป็นเครื่องดื่มชูกำลัง เช่น กระทิงแดง คาราบาวแดง (ค่าเฉลี่ย 3.82) เครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนไม่ได้เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 3.72) แอล-คาร์นิทีน ที่เติมในเครื่องดื่มเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจต่อปัจจัยย่อยคือ ฉลากข้างขวดของเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน มีการโฆษณาสรรพคุณ และประโยชน์ ในการบริโภคอย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.57)

2.3 องค์ประกอบด้านแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมดื่มเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน ยี่ห้อบิวตี้ดริงค์ ร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ บีอิง ร้อยละ 36.0 มีส่วนน้อยที่นิยมบริโภคอะมิโนพลัส ดาการะ และเซปเปโอฟไวลูนซ์ 3 เหตุผลแรกที่นิยมบริโภคยี่ห้อที่เลือก เนื่องจากชอบรสชาติ ร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ หาซื้อได้ง่าย ร้อยละ 37.0 และเป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง ร้อยละ 36.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่กลิ่นที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด คือ กลิ่นผลไม้รวม ร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ กลิ่นเกรฟฟรุ๊ต ร้อยละ 32.0 โดยความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มชนิดนี้ คือ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ดื่มน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 25.5 ปริมาตรบรรจุของเครื่องดื่มที่นิยมซื้อ คือ

ปริมาตร 365 มิลลิลิตร ร้อยละ 39.0 รองลงมา คือ ปริมาตร 350 มิลลิลิตร ร้อยละ 33.0 สาเหตุที่นิยมบริโภค เครื่องดื่ม คือ เพื่อดับกระหาย ร้อยละ 77.0 รองลงมา คือ ให้พลังงานความสดชื่นอย่างเต็มที่ ร้อยละ 68.5 มีส่วนน้อยที่นิยมบริโภคเพื่อให้เร้าธาตุสำคัญที่ร่างกายต้องการ โดยสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มชนิดนี้มากที่สุด คือ โทรทัสน์ ร้อยละ 94.0 โดยช่วงเวลาในการบริโภค เครื่องดื่มชนิดนี้ คือ ไม่กำหนดช่วงเวลา ร้อยละ 88.5 รองลงมา คือ หลังออกกำลังกาย ร้อยละ 6.0 และในด้านสถานที่ซื้อนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมซื้อเครื่องดื่มชนิดนี้จากร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 82.0 รองลงมา คือ มินิมาร์ท ร้อยละ 6.5 มีส่วนน้อยที่ซื้อจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น โลตัส บิ๊กซี

สำหรับปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.21) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยมีผลในระดับมากที่สุดคือ รสชาติอร่อย (4.66) การแสดงวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (4.63) และมีข้อมูลทางโภชนาการ (4.51) ระดับมาก คือ คุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (4.42) ความหลากหลายของรสชาติ (4.22) บรรจุภัณฑ์สวย ทันสมัย (3.87) สีของผลิตภัณฑ์ (3.75) และยี่ห้อเป็นที่รู้จัก (3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.99) ปัจจัยย่อยด้านราคาที่คุณตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยมีผลในระดับมากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.47) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.33) มีป้ายราคาสินค้าชัดเจน (3.81) ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นในปริมาณที่เท่ากัน (3.74) และมีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก (3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.03) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยมีผลในระดับมากที่สุดคือ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (4.60) ระดับมากที่สุดคือ การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หาง่าย (4.16) สถานที่จำหน่ายสะอาด (3.94) สถานที่จำหน่ายใกล้แหล่งชุมชน (3.78) และสินค้ามีเพียงพอ ไม่ขาดตลาด (3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.89) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยมีผลในระดับมากที่สุดคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (4.32) ส่งเสริมการขายโดยวิธีลด แลก แจก แถม (4.01) พนักงานขายให้คำแนะนำ และให้ข้อมูลสินค้า (3.84) พนักงานขายบริการดี สุภาพ (3.78) ประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง (3.70) และบริษัทมีส่วนช่วยเหลือสังคม (3.69) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ ร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ คุณภาพต่ำกว่าที่โฆษณาไว้ ร้อยละ 51.0 และรสชาติไม่ตรงตามความต้องการ ร้อยละ 35.0

ปัญหาด้านราคาพบมากที่สุด คือ ไม่มีความหลากหลายของระดับราคาให้เลือก ร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ ไม่มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ร้อยละ 37.0 และราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ ร้อยละ 26.0

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบมากที่สุด คือ สถานที่จัดจำหน่ายมีน้อยเกินไป / หาซื้อได้ยาก ร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ/หายาก ร้อยละ 37.4 และที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ร้อยละ 14.1

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดพบมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความรู้ที่ชัดเจน ร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ การโฆษณาเกินจริง ร้อยละ 51.0 และไม่มีพนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูล ร้อยละ 45.0

สำหรับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในอนาคต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจที่จะบริโภคต่อไปในอนาคต ร้อยละ 47.0 เนื่องจากถ้าเครื่องดื่มชนิดนี้มีประโยชน์ต่อร่างกายจริงๆ ก็อาจจะบริโภค หรือแล้วแต่โอกาสและความต้องการในบริโภค หากมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของแอลกอฮอล์ และแสดงให้เห็นประโยชน์ รสชาติอร่อย ให้คุณค่าอย่างแท้จริง ราคาเหมาะสมก็จะบริโภค และมีเครื่องดื่มชนิดอื่นที่น่าสนใจในการบริโภคมากกว่า เช่น นม น้ำผลไม้ เป็นต้น รองลงมา คือ บริโภคเครื่องดื่มชนิดนี้ต่อไปในอนาคต ร้อยละ 33.0 เนื่องจาก มีประโยชน์ ต้องการความแปลกใหม่ และอยากทดลองดูว่าจะได้ผลหรือไม่ และไม่บริโภคเครื่องดื่มชนิดนี้ต่อไปในอนาคต ร้อยละ 20.0 เนื่องจาก ไม่มั่นใจว่าดื่มแล้วได้ประโยชน์จริง คิดว่ารับประทานอาหารประเภทเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับธรรมชาติน่าจะได้ประโยชน์มากกว่า ใส่ใจสุขภาพด้วยการออกกำลังกายเพียงพอแล้ว ยังไม่มั่นใจในตัวสินค้า ราคาของเครื่องดื่มยังแพง และยังไม่มีการพิสูจน์ถึงประโยชน์ต่อร่างกายและความปลอดภัย

ส่วนที่ 4 ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านแนวโน้มพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1 จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจ ในระดับมาก (ร้อยละ 72.07) โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ที่มีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เราลดอาหารจำพวกแป้งด้วย แต่มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับแอลกอฮอล์ที่เติมในเครื่องดื่มเป็นแอลกอฮอล์ที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ ด้านความคิดเห็นพบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับเครื่องดื่มชนิดนี้อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.92 โดยมีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ เมื่อเปรียบเทียบราคาระหว่างเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์กับเครื่องดื่มประเภทให้พลังงานความสดชื่น เครื่องดื่มเกลือแร่ พบว่าเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ มีราคาสูงกว่า ด้านพฤติกรรม พบว่า นิยมบริโภคเครื่องดื่มนี้ห้อยบ๊อง เหตุผลที่นิยมบริโภคนี้ เพราะชอบรสชาติ กลิ่นที่ชอบ คือ กลิ่นเกรฟฟรุต โดยดื่มสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ปริมาตรบรรจุที่ซื้อ คือ ปริมาตร 350 มิลลิลิตร สาเหตุในการบริโภคเพื่อดับกระหาย โทรทศน์เป็นสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อมากที่สุด และจะบริโภคโดยไม่กำหนดช่วงเวลา โดยซื้อจากร้านสะดวกซื้อบ่อยที่สุด โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ รสชาติอร่อย ด้านราคา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อ

เพศชายหญิงส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจ ในระดับมาก (ร้อยละ 69.22) โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ที่มีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เราลดอาหารจำพวกแป้งด้วย แต่มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ อาจมีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่นใยอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ฯลฯ ที่ร่างกายต้องการด้วย และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบขวดพลาสติก และกล่อง ด้านความคิดเห็นพบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับเครื่องดื่มชนิดนี้อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.92 โดยมีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ที่มีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เราลดอาหารจำพวกแป้งด้วย ด้านพฤติกรรม พบว่า นิยมบริโภคเครื่องดื่มนี้ห้อยบ๊องติดครั้ง เหตุผลที่นิยมบริโภคนี้ เพราะชอบรสชาติ กลิ่นที่ชอบ คือ กลิ่นผลไม้รวม โดยดื่มน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ปริมาตรบรรจุที่ซื้อ คือ ปริมาตร 365 มิลลิลิตร สาเหตุในการบริโภคเพื่อดับกระหาย โทรทศน์เป็นสื่อที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจในการซื้อมากที่สุด และจะบริโภคโดยไม่กำหนดช่วงเวลา เกณฑ์ โดยซื้อจากร้านสะดวกซื้อบ่อยที่สุด โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ การแสดงวันที่ผลิตและวันหมดอายุ ด้านราคา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อ

4.2 จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความรู้ ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในระดับเกี่ยวกับ การบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์มีมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนักโดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เราลดอาหารจำพวกแป้งด้วย และทุกช่วงอายุมีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับเกี่ยวกับ แอลกอฮอล์ที่เติมในเครื่องดื่มเป็นแอลกอฮอล์ที่สังเคราะห์ขึ้นมา ไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ทำให้ร่างกายมีการตื่นตัว และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ด้านความคิดเห็น พบว่า ทุกช่วงอายุมีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับเครื่องดื่มชนิดนี้อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ เมื่อเปรียบเทียบราคาระหว่างเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ กับเครื่องดื่มประเภทให้พลังงานความสดชื่น เครื่องดื่มเกลือแร่ พบว่าเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ มีราคาสูงกว่า ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ในเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ มีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ที่ร่างกายต้องการด้วย และช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้ร่างกายมีการตื่นตัว และกระตือรือร้นในการทำงาน และผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจว่าฉลากข้างขวดของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ มีการโฆษณาสรรพคุณ และประโยชน์ในการบริโภคอย่างละเอียด ยกเว้นช่วงอายุ 15-20 ปี ที่ไม่เห็นด้วย ส่วนด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุนิยมบริโภคเครื่องดื่มยี่ห้อบิวตี้ดริงค์ เหตุผลที่นิยมบริโภคนี้อาจเพราะชอบรสชาติ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป นิยมบริโภคนี้อาจเพราะหาซื้อได้ง่ายกลิ่นที่ชอบ คือ กลิ่นผลไม้รวม โดยบริโภคสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป บริโภคน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ปริมาตรบรรจุที่ซื้อ คือ ปริมาตร 365 มิลลิลิตร สาเหตุในการบริโภคเพื่อดับกระหาย โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อมากที่สุด และจะบริโภคโดยไม่กำหนดช่วงเวลา โดยซื้อจากร้านสะดวกซื้อบ่อยที่สุด โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ การแสดงวันที่ผลิตและวันหมดอายุ ด้านราคา ราคาเหมาะสม

กับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อ

4.3 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละระดับการศึกษามีความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีนมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เรลดอาหารจำพวกแป้งด้วย ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ปวช. มีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับในเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน มีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยฮาทหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ที่ร่างกายต้องการด้วย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ปวช. มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน ไม่ได้เหมาะสม สำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. และระดับปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับแอล-คาร์นิทีน ที่เติมในเครื่องดื่มนมเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความรู้ มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบขวดพลาสติก และกล่องด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับเครื่องดื่มนมชนิดนี้อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ เมื่อเปรียบเทียบราคาระหว่างเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน กับเครื่องดื่มนมประเภทให้พลังงานความสดชื่น เครื่องดื่มนมเกลือแร่ พบว่าเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน มีราคาสูงกว่า และผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจว่าฉลากข้างขวดของเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน มีการโฆษณาสรรพคุณ และประโยชน์ในการบริโภคอย่างละเอียด ยกเว้นระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่ไม่เห็นด้วย ส่วนด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ปวช. และระดับปริญญาตรี นิยมบริโภคเครื่องดื่มยี่ห้อบีอิ่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษามีระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. และระดับสูงกว่าปริญญาตรี นิยมบริโภคเครื่องดื่มยี่ห้อบิวตี้ดริงค์ เหตุผลที่นิยมบริโภคยี่ห้อนี้ เพราะชอบรสชาติ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษามีระดับสูงกว่าปริญญาตรี นิยมบริโภคยี่ห้อนี้ เพราะเป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง กลิ่นที่ชอบ คือ เกรฟฟรุต และกลิ่นผลไม้รวม โดยบริโภคสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ปริมาตรบรรจุที่ซื้อ คือ ปริมาตร 350 มิลลิลิตร และ 365 มิลลิลิตร สาเหตุในการบริโภคเพื่อดับกระหาย ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษามีระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. การบริโภคเพื่อให้พลังงานความสดชื่น โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อมากที่สุด และจะบริโภคโดยไม่กำหนดช่วงเวลา

โดยซื้อจากร้านสะดวกซื้อบ่อยที่สุด โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ รสชาติอร่อย ด้านราคาราคาเหมาะสมกับปริมาณ และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ

4.4 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละอาชีพ มีความรู้ ความเข้าใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน มีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เรลดอาหารจำพวกแป้งด้วย ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/รับจ้าง มีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับในเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนอาจมีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาฮาร์ แมกนีเซียม แคลเซียม ที่ร่างกายต้องการด้วย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับ แอล-คาร์นิทีนที่เติมในเครื่องดัดเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน ไม่ได้เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว ส่วนอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบพลาสติก และกล่อง และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/รับจ้าง มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน ไม่ได้จัดเป็นเครื่องดัดชูกำลังเช่นเดียวกับ กระเทียมแดง คาราบาวแดง ด้านความคิดเห็นพบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับเครื่องดัดชนิดนี้อยู่ในระดับเห็นด้วยด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละอาชีพนิยมบริโภคเครื่องดัดยี่ห้อบีอิง ยกเว้นอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว นิยมบริโภคเครื่องดัดยี่ห้อบิวติคริงค์ เหตุผลที่นิยมบริโภคยี่ห้อนี้ เพราะชอบรสชาติ กลิ่นที่ชอบ คือ กลิ่นเกรฟฟรุต โดยบริโภคสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ปริมาตรบรรจุที่ซื้อ คือ ปริมาตร 350 และ 365 มิลลิลิตร สาเหตุในการบริโภคเพื่อดับกระหาย ยกเว้นอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว โดยสาเหตุในการบริโภคเพื่อให้พลังงานความสดชื่นอย่างเต็มที่ ทรทัศน์เป็นสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อมากที่สุด และจะบริโภคโดยไม่กำหนดช่วงเวลา โดยซื้อจากร้านสะดวกซื้อบ่อยที่สุด โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ รสชาติอร่อย และการแสดงวันที่ผลิตและวันหมดอายุ ด้านราคา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ

4.4 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละระดับรายได้ มีความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องคั้นผสมแอล-คาร์นิทีนมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เรลดอาหารจำพวกแป้งด้วย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับแอล-คาร์นิทีนที่เติมในเครื่องคั้นเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับเครื่องคั้นผสมแอล-คาร์นิทีนไม่ได้เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับเครื่องคั้นผสมแอล-คาร์นิทีนในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบพลาสติก และกล่อง ด้านความคิดเห็นพบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับเครื่องคั้นชนิดนี้อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยแต่ละระดับรายได้โดยมีระดับความคิดเห็น คือ เมื่อเปรียบเทียบราคาระหว่างเครื่องคั้นผสมแอล-คาร์นิทีน กับเครื่องคั้นประเภทให้พลังงานความสดชื่น เครื่องคั้นเกลือแร่ พบว่าเครื่องคั้นผสมแอล-คาร์นิทีน มีราคาสูงกว่า ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละระดับรายได้ นิยมบริโภคเครื่องคั้นยี่ห้อบิวติคริงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท นิยมบริโภคเครื่องคั้นยี่ห้อบีอิ่ง เหตุผลที่นิยมบริโภคยี่ห้อนี้ เพราะชอบรสชาติ กลิ่นที่ชอบ คือ กลิ่นเกรฟฟรุต และกลิ่นผลไม้รวม โดยบริโภคสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ปริมาตรบรรจุที่ซื้อคือ ปริมาตร 365 มิลลิลิตร ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ปริมาตรบรรจุที่ซื้อคือ ปริมาตร 350 มิลลิลิตร สาเหตุในการบริโภคเพื่อดับกระหาย โทรทศน์เป็นสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อมากที่สุด และจะบริโภคโดยไม่กำหนดช่วงเวลา โดยซื้อจากร้านสะดวกซื้อบ่อยที่สุด โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ รสชาติอร่อย ด้านราคา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ สามารถนำมาอภิปรายผลตามแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ได้ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ

องค์ประกอบด้านนี้เป็นส่วนที่เป็นความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความคิดและความเชื่อของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจถูกหรือผิดได้ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีนมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เรลดอาหารจำพวกแป้งด้วย ร้อยละ 92.0 มีความรู้ความเข้าใจระดับมากเกี่ยวกับเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน ไม่ได้จัดเป็นเครื่องดื่มชูกำลังเช่น กระทิ๊งแดง การาบาวแดง ในเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน อาจมีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ที่ร่างกายต้องการด้วย ฉะนั้นการดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน ไม่มีการโฆษณาสรรพคุณ และประโยชน์ในการบริโภคอย่างละเอียด เครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบขวดพลาสติก และกล่อง การบริโภคเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีนทำให้ร่างกายมีการตื่นตัว และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน และเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีนไม่ได้เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลางเกี่ยวกับช็อกกับแอล-คาร์นิทีนที่เติมในเครื่องดื่มเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ

2. องค์ประกอบด้านความคิดเห็นที่มีต่อเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน

องค์ประกอบด้านนี้เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงอารมณ์ ความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย คือ เมื่อเปรียบเทียบราคาระหว่างเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีนกับเครื่องดื่มประเภทให้พลังงานความสดชื่น เครื่องดื่มเกลือแร่ พบว่า เครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน มีราคาสูงกว่า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชญานันท์ ฝ่ายรักษา (2553) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากกว่าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพประเภทให้ความสวยงาม มีราคาที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ ในเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน มีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ที่ร่างกายต้องการด้วย การบริโภคเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีนมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เรลดอาหารจำพวกแป้งด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชญานันท์ ฝ่ายรักษา (2553) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากกว่าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพประเภทให้ความสวยงาม ทำให้รูปร่างดี ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบขวดพลาสติก และกล่อง

การบริโภคเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนทำให้ร่างกายมีการตื่นตัว และกระตุ้นหรือรื้อฟื้นในการทำงานสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายของแอล-คาร์นิทีนน้อย เครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน จัดเป็นเครื่องดัด ชูกำลังเช่น กระทั่งแดง คาราบาวแดง เครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเท่านั้น และแอล-คาร์นิทีน ที่เติมในเครื่องดัดเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

องค์ประกอบด้านนี้ เป็นความโน้มเอียงของพฤติกรรมที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ขึ้นอยู่กับความคิดหรือความรู้สึกของแต่ละบุคคล จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมดัดเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน ยี่ห้อบิวตี้ดริงค์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชฎานันท์ ฝ่ายรักษา (2553) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคเครื่องดัดเพื่อสุขภาพ ประเภทให้ความสวยงามตราสินค้า บี้อิง (B-ing) มากที่สุด มีเหตุผลที่นิยมบริโภคเนื่องจากชอบรสชาติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชฎานันท์ ฝ่ายรักษา (2553) ที่พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคเครื่องดัดเพื่อสุขภาพ ประเภทให้ความสวยงาม คือ เพื่อดับกระหาย และเพื่อให้มีผิวพรรณดี ส่วนใหญ่กลิ่นที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด คือ กลิ่นผลไม้รวม โดยความถี่ในการบริโภคเครื่องดัดชนิดนี้ คือ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ปริมาตรบรรจุของเครื่องดัดที่นิยมซื้อ คือ ปริมาตร 365 มิลลิลิตร สาเหตุที่นิยมบริโภคเครื่องดัด คือ เพื่อดับกระหาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรุ่งตะวัน สว่างไพศาลกุล (2551) ที่พบว่า เหตุผลที่ซื้อเครื่องดัดเพื่อดับกระหาย โดยสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดัดชนิดนี้มากที่สุด คือ โทรทัศน์ โดยช่วงเวลาในการบริโภคเครื่องดัดชนิดนี้ คือ ไม่กำหนดช่วงเวลา และในด้านสถานที่ซื้อนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อเครื่องดัดชนิดนี้จากร้านสะดวกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจิรพงษ์ โชติช่วง (2549) ที่พบว่า ซื้อจากร้านสะดวกซื้อ (เซเว่น) และรับรู้ข่าวสารจากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถสรุปข้อค้นพบ ได้ดังต่อไปนี้

5.3.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความรู้ความเข้าใจในระดับมากที่สุด ในเรื่องในเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนมีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ที่ร่างกายต้องการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากในประเด็นดังกล่าว

2. ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากที่สุด ในเรื่อง เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน ไม่ได้จัดเป็นเครื่องดื่มชูกำลัง เช่น กระทิงแดง คาราบาวแดง ส่วนผู้อายุ 15-20 ปี อายุ 21-30 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก

3. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากที่สุด ยกเว้น ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ปวช. มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากในเรื่อง การบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน มีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เราลดอาหารจำพวกแป้งด้วย โดยระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากที่สุดถึง ร้อยละ 100

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความรู้ ความเข้าใจในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก ในเรื่องเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีนเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเท่านั้น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานอปริญญา/ปวส. มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ปวช. มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย ในประเด็นดังกล่าว

5. ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก ในเรื่องฉลากข้างขวดของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน มีการโฆษณา สรรพคุณ และประโยชน์ในการบริโภคอย่างละเอียด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/รับจ้าง มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก และพนักงานบริษัทเอกชนมีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง ในประเด็นดังกล่าว

5.3.2 ด้านความคิดเห็น

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ในเรื่องเมื่อเปรียบเทียบราคาระหว่างเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีนกับเครื่องดื่มประเภทให้พลังงานความสดชื่น เครื่องดื่มเกลือแร่ ฯลฯ พบว่า เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน มีราคาสูงกว่า

2. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจว่าฉลากข้างขวดของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน มีการโฆษณา สรรพคุณ และประโยชน์ในการบริโภคอย่างละเอียด ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษานอปริญญา/ปวส. มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย

3. ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/รับจ้างมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในเรื่องในเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีนมีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ที่ร่างกายต้องการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากในประเด็นดังกล่าว

5.3.3 ด้านพฤติกรรม

1. เมื่อพิจารณาแนวโน้มพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต ยี่ห้อบิวตี้ดริงค์ เหตุผลที่นิยมบริโภคยี่ห้อนี้เพราะชอบรสชาติ สาเหตุที่ดื่มเพื่อดับกระหาย

2. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต คือ รสชาติ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาซื้อ คืออยากลอง และหาซื้อสะดวก

3. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีสาเหตุในการบริโภคเพื่อดับกระหาย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับอนุปริญญา/ปวส. มีสาเหตุในการบริโภคเพื่อให้พลังงานความสดชื่นอย่างเต็มที่

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต ในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ รสชาติอร่อย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่สำคัญมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถเสนอแนะแนวทางสำหรับการแก้ปัญหา และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต หรือผู้เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต

1. จากการที่สอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจระดับมากเกี่ยวกับฉลากข้างขวดเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต ไม่มีการโฆษณาสรรพคุณ และประโยชน์ในการบริโภคอย่างละเอียด และมีความรู้ความเข้าใจน้อยเกี่ยวกับแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต ที่เติมในเครื่องดื่มเป็นแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต ที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรต ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายเกี่ยวกับ

แอล-คาร์นิทีนน้อย จากการที่กฎหมายมีข้อห้ามมิให้โฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณเกี่ยวกับแอล-คาร์นิทีน คือ ห้ามโฆษณาเป็นเท็จ หรือเกินความจริง และการโฆษณาไม่สามารถกล่าวถึงประโยชน์ สรรพคุณของแอล-คาร์นิทีนได้อย่างชัดเจน ผู้บริโภคจึงไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับแอล-คาร์นิทีน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงไม่รู้ว่าแอล-คาร์นิทีนคืออะไร เพราะผู้ผลิตไม่สามารถใส่ข้อมูลด้านประโยชน์ หรือสรรพคุณลงในโฆษณาได้ ดังนั้นผู้ผลิตควรหาวิธี หรือกลยุทธ์ต่างๆ เช่น ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแอล-คาร์นิทีน บทความหรือข้อมูลทางวิชาการ จัดประชุมวิชาการ หรือเสนอผลงานเกี่ยวกับแอล-คาร์นิทีน เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบว่าแอล-คาร์นิทีนมีผลได้อย่างไร แต่ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นจริง และปัจจุบัน อยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เชื่อถือได้ ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคทราบ หรือมีความรู้มากขึ้นแล้วผู้บริโภកก็จะมีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น

2. จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมบริโภคเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน เนื่องจาก คั้นเพื่อดับกระหาย และคั้นเพื่อความสดชื่น มากกว่าคั้นเพื่อต้องการรับประโยชน์จากแอล-คาร์นิทีน ดังนั้นผู้ผลิตควรให้ความสำคัญในเรื่องของการผลิตเครื่องดื่มให้มีความหลากหลายในด้านรสชาติมากกว่า เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าได้หลายรูปแบบ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

5.4.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน

จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนในระดับมากทุกปัจจัย ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายควรตรวจเช็คเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนที่ได้จากผู้ผลิตว่า วามีฉลากโภชนาการที่ถูกต้องครบถ้วน และมีสภาพบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์ ก่อนที่จะนำออกจำหน่าย โดยกำหนดราคาขายสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ควรมีการจัดระบบคลังสินค้าให้ดี อย่าให้สินค้าขาดตลาด และควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น อาจให้ส่วนลดกรณีที่เป็นลูกค้าประจำหรือซื้อปริมาณมาก รวมทั้งมีพนักงานคอยให้ข้อมูลสินค้าอีกด้วย

5.4.3 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริโภคเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน

จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ บริโภคเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนเนื่องจากพบเห็นทางสื่อโฆษณา แต่สื่อโฆษณามีข้อจำกัดมิให้โฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณ ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง ผู้บริโภคควรมีพื้นฐาน มีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ บทความ งานวิจัย เป็นต้น เพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อ เมื่อผู้บริโภคมีพื้นฐานก็จะส่งผลให้ได้บริโภคในสิ่งที่ดี และมีประโยชน์ต่อร่างกาย