

### วิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภค

ในการสำรวจและวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีค่อนำบริโภคบรรจุขวด ซึ่งผลิตและจำหน่ายในจังหวัดนครราชสีมา ผู้เขียนได้ใช้วิธีออกแบบสอบถาม โดยการสุ่มตัวอย่าง (Simple random sampling) ในกลุ่มผู้บริโภคซึ่งถือว่าเป็นผู้บริโภคชั้นสุดท้ายและได้ใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้า โดยถือว่าเป็นผู้บริโภคชั้นกลาง เนื่องจากเป็นผู้จำหน่ายนำบริโภคบรรจุขวดให้กับลูกค้าที่มารับประทานอาหารหรือพักผ่อนหย่อนใจในสถานบริการ เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและทัศนคติของผู้บริโภคดังกล่าว

#### วัตถุประสงค์ในการสำรวจและวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภค

ในการออกแบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้บริโภค เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้บริโภค นั้น ผู้เขียนได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการสำรวจและวิเคราะห์ไว้ดังนี้คือ

๑. เพื่อสำรวจดูว่าใครคือผู้บริโภคสินค้าประเภทนี้เป็นส่วนใหญ่
๒. สาเหตุหรือมูลเหตุของใจที่สำคัญที่ทำให้บริโภคสินค้าชนิดนี้
๓. หาแนวโน้มของการบริโภคสินค้าประเภทนี้ที่จะมีต่อไปในอนาคตว่าจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง

---

นราศรี ไวกนิชคุณ, ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี (เอกสารโรเนียวคำบรรยายประกอบการสอน) ไม่ปรากฏ พ.ศ. ที่พิมพ์, หน้า

ตอนที่ ๑ แบบสอบถามและคำถามเพื่อการสัมภาษณ์ผู้บริโภครุ่นสุดท้าย

ผู้เขียนได้ออกแบบสอบถามแบบกำหนดให้เลือกตอบ ( Multiple Choice ) โดยอาศัยแนวทางการวัดประสงค์ดังกล่าวข้างต้นนี้ แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามและคำตอบแยกออกเป็น ๒ ส่วนดังนี้ คือ

๑. คำถามและคำตอบส่วนที่ ๑ เป็นการสำรวจและวิเคราะห์เกี่ยวกับตัวผู้บริโภครุ่นสุดท้าย และภาวะแวดล้อมของผู้บริโภครุ่นสุดท้าย เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น ส่วนที่ ๑ นี้ ประกอบด้วยคำถามซึ่งกำหนดคำตอบให้เลือกตอบรวมคำถาม ๑๖ ข้อ

๒. คำถามและคำตอบส่วนที่ ๒ เป็นการสำรวจและวิเคราะห์เกี่ยวกับสาเหตุและมูลเหตุจริงจังในการบริโภคและลักษณะการบริโภคน้ำบริโภครุ่นสุดท้ายในปัจจุบัน เป็นการวัดทัศนคติหรือความนึกเห็นเพื่อหาแนวโน้มของการบริโภคในอนาคตทั้งจากกลุ่มผู้บริโภครุ่นสุดท้ายและผู้ที่ไม่ได้บริโภคน้ำบริโภครุ่นสุดท้าย ส่วนที่ ๒ นี้ ประกอบด้วยคำถามและคำตอบแบบกำหนดคำตอบให้เลือก รวม ๒๓ ข้อ

รวมคำถามตามแบบสอบถามทั้งสิ้น ๓๙ ข้อ<sup>๒</sup>

วิธีการออกแบบสอบถามและการสุ่มตัวอย่าง

การออกแบบสอบถามและสุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลนั้น หลังจากได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย และกำหนดสถานที่สำหรับออกแบบสอบถามแล้ว บางส่วนผู้เขียนใช้ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วิทยาลัยเทคนิคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครราชสีมา เป็นผู้ทำการเก็บข้อมูลร่วมกับผู้เขียน โดยใช้วิธีเดิน

นรากร วิวัฒน์คุณ, ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี (เอกสารโรเนียวความรู้บรรยายประกอบการสอน) ไม่ปรากฏ พ.ศ. ที่พิมพ์, หน้า ๑๑๒

<sup>๒</sup>แบบสอบถามมีอยู่ในภาคผนวก

เข้าไปตามบ้านเป้าหมาย วิธีสอบถามนั้นหลังจากแจ้งความประสงค์และแนะนำในการ  
ตอบบางประการแล้ว ได้มอบแบบสอบถามให้ผู้ตอบเป็นผู้อ่านและพิจารณาตอบเอง ผู้  
เก็บข้อมูลรอชี้แจงข้อสงสัยและรอเก็บแบบสอบถามที่ตอบตามที่ตอบแล้วไปพร้อมด้วย

จากจำนวนประชากรในเขตเทศบาลทั้งสิ้น ๔๔,๕๖๔ คน<sup>๑</sup> จำนวนบ้านทั้งสิ้น  
๑๔,๘๒๗ บ้าน และประชากรนอกเขตเทศบาลที่อยู่โดยรอบเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา  
ทั้งสิ้น<sup>๒</sup> ๖๕,๒๕๔ คน จำนวนบ้าน ๑๕,๓๑๕ บ้าน ดังนั้นจำนวนกลุ่มของประชากรที่เป็น  
กลุ่มเป้าหมายมีประชากรทั้งสิ้น ๑๑๐,๘๒๒ คน และจำนวนบ้าน ๓๐,๒๔๒ บ้าน ซึ่งผู้  
เขียนได้ใช้การเลือกตัวอย่างและสุ่มตัวอย่างโดยวิธี  
ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ ดังนี้คือ

๑. ในเขตเทศบาล ได้เลือกถนนสายต่าง ๆ ในเขตเทศบาล จำนวน ๑๐  
สาย เป็นหลัก บนถนนแต่ละสายเลือกบ้านที่มีเลขบ้านลงท้ายด้วย ๕ และ ๐

๒. ในเขตเมืองรอบนอกเขตเทศบาลนั้น เนื่องจากลักษณะการสร้างอาคาร  
บ้านเรือนไม่เป็นระเบียบเหมือนในเขตเทศบาล ผู้เขียนจึงเลือกเอาบ้านเป้าหมายจาก  
ตำบลต่าง ๆ ๕ ตำบล รอบเขตเทศบาล คือ ตำบลโพธิ์กลาง ตำบลหัวทะเล ตำบล  
หนองไผ่ล้อม ตำบลบ้านเกาะ และตำบลหนองจะบก ตำบลละ ๑ หมู่บ้าน หมู่บ้านละ  
๔ ราย โดยถือเอาถนนที่ผ่านหมู่บ้านเป็นหลัก การเลือกบ้านนั้นเลือกตามความสะดวก

สำนักงานเทศบาล, ฝ่ายทะเบียน "ใบรายงานเรื่องผลการปฏิบัติงานการ  
ทะเบียนราษฎร ประจำเดือนตุลาคม ๒๕๒๓ ลงวันที่ ๕ พฤศจิกายน ๒๕๒๓" นครราชสีมา:  
สำนักงานเทศบาล (พิมพ์ที่)

๒ ที่ว่าการอำเภอเมืองนครราชสีมา, ฝ่ายทะเบียน "ใบรายงานสถิติจำนวนบ้าน  
ประจำเดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๒๓ ลงวันที่ ๔ พฤศจิกายน ๒๕๒๓" นครราชสีมา : ที่ว่า  
การอำเภอเมืองนครราชสีมา (พิมพ์ที่)

ผลจากการตอบแบบสอบถาม ผู้เขียนได้แบบสอบถามที่ตอบแล้วทั้งสิ้น ๓๖๘ ฉบับ เมื่อได้ทำการคัดเลือก ฉบับที่ไม่สมบูรณ์หรือไม่อาจวิเคราะห์คำตอบออกได้เสีย ๒๔ ฉบับ คงเหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสิ้น ๓๔๔ ฉบับ

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งใกล้แล้ว ผู้เขียนได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะสำคัญดังนี้

๑. ใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามระหว่าง ๕ - ๑๕ นาทีต่อราย
๒. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือดี และมีจำนวนมากที่ผู้เขียนรู้จักหรือคุ้นเคยเป็นส่วนทั่ว จึงได้รับความร่วมมือดียิ่งขึ้น
  ๑. ในการสอบถามตามบ้านได้พบผู้หญิงมากกว่าพบผู้ชาย
  ๒. ในการสอบถามบ้านที่อยู่พร้อมหน้าทั้งครอบครัว ส่วนใหญ่ผู้ชายมักจะให้ผู้หญิงเป็นผู้ตอบ หรือช่วยให้ความเห็น ช่วยให้คำตอบ
  ๓. ในรายที่ผู้ชายตอบแบบสอบถามเองนั้น ผู้ตอบมักจะมีอายุสูงกว่า ๕๐ ปีขึ้นไป

คำตอบและคำถามแต่ละข้อสามารถจำแนกและวิเคราะห์ได้ดังนี้

คำถามส่วนที่ ๑ จำนวนรวมทั้งสิ้น ๑๒ ข้อ

จุดประสงค์ของคำถาม เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับตัวผู้บริโภคนและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภค

ข้อ ๑ ขณะนี้ท่านมีอายุกี่ปี เพื่อหาช่วงอายุของผู้บริโภค

คำตอบ

## ตารางที่ ๔ - ๑

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า ๒๐	๑๖	๔.๗
๒๐ - ๒๕	๕๖	๑๖.๔
๒๖ - ๓๐	๒๖	๗.๖
๓๑ - ๓๕	๔๓	๑๒.๘
๓๖ - ๔๐	๑๒๐	๓๕.๘
๔๑ - ๔๕	๓๕	๑๐.๒
๔๖ - ๕๐	๒๔	๗.๐
๕๑ ปีขึ้นไป	๒๐	๕.๘
รวม	๓๔๕	๑๐๐.๐

จากการรวบรวมค่าคอมจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น ๓๔๕ ฉบับ ได้พบว่าการจัดช่วงอายุของผู้ตอบเป็น ๔ ช่วงอายุ ดังตารางข้างบนนี้ ผู้ตอบกลุ่มใหญ่ที่สุดคือผู้ที่ มีอายุ ระหว่าง ๓๖ - ๔๐ ปี คือมีจำนวน ๑๒๐ คน หรือเท่ากับประมาณร้อยละ ๓๕.๘ ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด กลุ่มใหญ่รองลงมาได้แก่กลุ่มอายุระหว่าง ๒๐ - ๒๕ ปี มีจำนวน ๕๖ คน หรือเท่ากับประมาณร้อยละ ๑๖.๔ ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และรองลงมาอีกลำดับหนึ่งคือ กลุ่มอายุระหว่าง ๓๑ - ๓๕ ปี มีจำนวน ๔๓ คน หรือเท่ากับประมาณร้อยละ ๑๒.๘ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ถ้าหากรวมเอาจากผู้ตอบช่วงอายุ ๓๑ - ๓๕ ปี กับกลุ่มอายุ ๓๖ - ๔๐ ปี เข้าด้วยกันเป็นกลุ่มอายุ ๓๑ - ๔๐ ปี แล้วจะเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด ซึ่งมีจำนวนคน ๑๖๓ คน หรือเท่ากับประมาณ ร้อยละ ๔๗.๒ ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เหตุที่ปรากฏดังนี้ อาจจะอธิบายได้ว่า ในสังคมไทยนั้นผู้ที่ เป็นเจ้าบ้านหรือหัวหน้าครอบครัวมักจะมีอายุในระหว่าง ๓๐ - ๔๐ ปี เป็นส่วนใหญ่ ส่วนที่ปรากฏว่ากลุ่มผู้ตอบอายุระหว่าง ๒๐ - ๒๕ ปี ก็มีจำนวนรองลงมา หรือประมาณร้อยละ ๑๖.๔ ของผู้

ตอบทั้งหมดนั้น ก็ตรงกับความจริงที่ผู้เขียนได้เดินสำรวจเพื่อสอบถามตามแบบสอบถามในช่วงวันหยุดราชการ เสาร์-อาทิตย์ กลุ่มคนอายุระหว่าง ๒๐ - ๒๕ ปี ซึ่งปกติอาจจะกำลังศึกษาหรือทำงานตามบริษัทห้างร้าน หรือสถานที่ราชการ ได้หยุดกลับบ้านในวันหยุดนี้ และได้เป็นผู้ตอบแบบสอบถามแทนผู้เป็นหัวหน้าครอบครัวหรือเจ้าบ้านช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังที่ได้เห็นอยู่นี้ ผู้เขียนเชื่อว่า เป็นบุคคลที่อยู่ร่วมสมัยกัน มีความรู้ความเข้าใจ และมีทัศนคติคล้ายคลึงกัน เนื่องจากได้รับอิทธิพลทางสังคม การเมือง ประเพณีวัฒนธรรมในท่วงระยะเวลาเดียวกัน คำตอบที่ได้รับมานี้ จึงน่าจะเป็นคำตอบที่เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรเป้าหมายได้อย่างดีและค่อนข้างสมบูรณ์

ข้อ ๒ เพศของผู้ตอบ เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับเพศของกลุ่มผู้ตอบ

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๒

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	หมายเหตุ
ชาย	๑๘๕	๘๒	
หญิง	๑๘๘	๘๘	
รวม	๓๗๓	๑๐๐	

พิจารณาจากกลุ่มผู้ตอบแบ่งตามเพศชาย-หญิง ปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ๑๘๘ คน หรือประมาณร้อยละ ๘๘ ของผู้ตอบทั้งหมด ผู้เขียนสังเกตจากการออกแบบสอบถามได้พบว่า ในแต่ละบ้านเป้าหมายส่วนมากจะได้พบทั้งหญิงและชาย แต่ผู้ตอบมักจะเป็นหญิง เมื่อเจ้าบ้านได้ทราบว่าผู้เขียนมาทำวิจัยเรื่องน้ำบริโภค มักมีความเข้าใจว่าเป็นเรื่องเครื่องอุปโภคบริโภค ซึ่งเป็นหน้าที่ของฝ่ายหญิงเพราะเป็นแม่บ้าน จึงมักจะมอบให้ฝ่ายหญิงเป็นผู้ตอบ แต่ในรายที่ให้ผู้ชายเป็นผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมักจะกล่าวว่า

เรื่องนี้เป็นเรื่องการสำรวจเกี่ยวกับความนึกเห็น หรือเป็นเรื่องของทัศนคติ จึงต้องเป็นเรื่องของผู้ชาย แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ในการออกแบบสอบถามจำนวนมาก ผู้ตอบได้ตามความเห็นของผู้ที่เป็นสมาชิกในครอบครัวด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่า ผลการวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมความนึกเห็นของแต่ละครอบครัวมา มากกว่าเป็นความนึกเห็นส่วนบุคคลล้วน ๆ

ข้อ ๓ ระดับการศึกษา เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๓

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จบ ป. ๔ หรือต่ำกว่า	๔๔	๑๒.๑
จบ ป. ๕ - ป. ๗	๕๗	๒๕.๒
จบ มศ. ๑ - มศ. ๕	๑๔๖	๔๒.๓
จบระดับอนุปริญญา	๒๖	๗.๖
จบระดับปริญญาตรี	๑๔	๔.๒
อื่น ๆ	๑๒	๓.๖
รวม	๓๔๕	๑๐๐.๐

จากผลการสำรวจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ ๔๒.๓ หรือเท่ากับ ๑๔๖ คน จากจำนวน ๓๔๕ คน เป็นผู้ที่มีความรู้ระดับจบการศึกษาชั้น มศ. ๑ - มศ. ๕ รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีความรู้ระดับจบการศึกษาชั้น ป. ๕ - ป. ๗ จำนวน ๕๗ คน หรือประมาณร้อยละ ๒๕.๒ ถ้านำสองจำนวนนี้รวมกันจะได้ข้อมูลว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม

ประมาณร้อยละ ๗๖.๕ เป็นผู้มีความรู้ระดับจบการศึกษาชั้น ป. ๕ ถึงจบชั้น มศ. ๕ การที่ปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในระดับค่อนข้างสูงมากเช่นนี้ อธิบายได้ว่า ผู้เขียนได้ชักชวนแบบสอบถามให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลและในเขตเมืองรอบ ๆ เขตเทศบาลเป็นผู้ตอบ ซึ่งโดยทั่วไปประชาชนที่อยู่ในเขตเมืองเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูงเป็นปกติอยู่แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเทศบาลและรอบเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมามีสถานศึกษาที่เปิดเป็นโรงเรียนศึกษาผู้ใหญ่อยู่ถึง ๘ แห่ง<sup>๑</sup> จึงช่วยยกระดับการศึกษาของประชาชนได้จำนวนมาก นอกจากนี้ ในการเดินสำรวจออกแบบสอบถามในวันหยุดราชการได้พบกับเจ้าบ้านหรือหัวหน้าครอบครัว ซึ่งทำงานราชการ - รัฐวิสาหกิจ หรือในบริษัทห้างร้าน บุคคลกลุ่มนี้โดยปกติมีการศึกษาสูงกว่า ป. ๕ อยู่แล้ว

ข้อ ๔ อาชีพของผู้ตอบ เพื่อวิเคราะห์หากกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๔

ลักษณะอาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับจ้างเอกชน	๗๗	๒๕.๕
รับราชการ-รัฐวิสาหกิจ	๕๓	๒๗.๐
ธุรกิจส่วนตัว	๑๓๔	๕๐.๐
เกษตรกร	๓๕	๑๐.๐
อื่น ๆ	๒	๐.๖
รวม	๓๕๕	๑๐๐.๐

<sup>๑</sup> ที่มา : สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครราชสีมา, ตุลาคม ๒๕๒๓



ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ๓๔๔ ราย มีผู้ตอบว่าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว อยู่ คือ ๑๓๘ คน หรือประมาณร้อยละ ๔๐.๐ ของผู้ตอบทั้งหมด ปรากฏการอ้างถึงว่านี้ ตรงกับความ เป็นจริง ซึ่งผู้เขียนได้ประสพ คือ ในการเดินออกแบบสอบถามตามบ้านเข้า หมายที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้านั้น ได้สอบถามจากบ้านประเภทร้านค้าเป็นจำนวนมากทั้งใน เขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา และตำบลรอบเขตเทศบาล ส่วนอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมากรองลงมาคือ อาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีจำนวน ๕๓ ราย หรือ ร้อยละ ๒๓.๐ ของผู้ตอบทั้งสิ้น ๓๔๔ ราย และผู้ประกอบอาชีพรับจ้างเอกชน อีกประมาณร้อยละ ๒๒.๔ หรือประมาณ ๗๗ คน การที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพรับราชการ และเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจมีเป็นจำนวนมากเช่นนี้ เนื่องจาก จังหวัด นครราชสีมา เป็นที่ตั้งของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจมากกว่า ๒๐๐ หน่วยเป็นที่ทำการ ของศูนย์ ภาควิชา เขต ของหน่วยราชการเป็นจำนวนมาก เช่น กองทัพอากาศที่ ๒ กองบัญชาการตำรวจภูธร ๒ สำนักงานศึกษาภาค สำนักงานคลังเขต สรรพสามิตเขต รัฐวิสาหกิจ เช่น ธนาคารกรุงไทย จำกัด บริษัทกระสอบอีสาน การรถไฟแห่งประเทศไทย สำนักงานสาขาของบริษัท ร.ส.พ. คลังน้ำมันขององค์การเชื้อเพลิง ธนาคารออมสิน เป็นต้น ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะอาชีพนี้ จะแตกต่างออกไปเมื่อได้ ออกแบบสอบถามห่างจากเขตเทศบาลออกไป

ข้อ ๕ ลักษณะการครอบครองที่หักอาศัย เพื่อวิเคราะห์หาความถาวรของการตั้งถิ่นฐาน และส่วนหนึ่งของฐานะของผู้ตอบ

คำตอบ

## ตารางที่ ๔ - ๕

ลักษณะการครอบครอง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นบ้านของตนเอง	๑๑๕	๓๓.๕
เป็นบ้านเช่า	๒๐๑	๕๘.๓
อาศัยผู้อื่นโดยไม่เสียค่าเช่า	๕๖	๑๖.๕
อื่น ๆ	๒	๐.๗
รวม	๓๗๔	๑๐๐.๐

บ้านที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นบ้านเรือนที่มีลักษณะเป็นตึกแถว และผู้อยู่อาศัยถือกรรมสิทธิ์ในฐานะเป็นผู้เช่า<sup>๑</sup> ดังนั้น จากผลการสำรวจโดยทอคนแบบสอบถาม จึงปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนร้อยละ ๕๘.๓ เป็นผู้ครอบครองที่หลักอาศัยโดยลักษณะการเช่า โดยมีจำนวน ๒๐๑ ราย จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น ๓๗๔ ราย จากการสอบถามเพิ่มเติมโดยไม่มีกักรบันทึกไว้ ผู้เขียนได้พบว่าส่วนใหญ่เป็นบ้านที่มีสัญญาการเช่าอยู่ในระยะยาว เกินกว่า ๑๕ ปี ส่วนผู้ที่ครอบครองบ้านพักอาศัยโดยเป็นเจ้าของนั้น ส่วนมากอยู่ชานเมืองหรือนอกเขตเทศบาล ซึ่งมีจำนวนร้อยละ ๓๓.๕ หรือเท่ากับ ๑๑๕ คน จากผู้ตอบทั้งสิ้น ๓๗๔ ราย

<sup>๑</sup>จำนวนบ้านในเขตเทศบาล ๑๔,๘๒๗ บ้าน เปรียบเทียบกับการจดทะเบียนเช่าอสังหาริมทรัพย์ จากสถิติของ อ.เมือง นครราชสีมา พ.ศ. ๒๕๑๐ - ๒๕๒๓ มีจำนวน ๘,๗๐๑ ราย

ลักษณะการครอบครองที่พิศอกอาศัยจากการสำรวจพบดังกล่าวนี้ อาจกล่าวได้  
อีกว่า เป็นการอยู่อาศัยในลักษณะถาวร ทั้งนี้การออกแบบสอบถาม และผลที่ได้จาก  
การสำรวจจึงมีลักษณะที่ค่อนข้างจะถาวรหรือเปลี่ยนแปลงได้น้อย ในส่วนที่เกี่ยวกับฐานะ  
ของผู้ตอบนั้น อาจจะอนุมานได้ว่ามีฐานะค่อนข้างมั่นคงพอสมควร ซึ่งจะต้องพิจารณา  
ผลการวิเคราะห์จากข้ออื่น ๆ ประกอบด้วย

ข้อ ๖ ลักษณะของบ้านที่ผู้ตอบพิศอกอาศัย เพื่อศึกษาข้อมูลว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่อาศัยอยู่  
ในบ้านลักษณะใด เนื่องจากลักษณะของบ้านมีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้น้ำฝนอยู่  
ด้วย

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๖

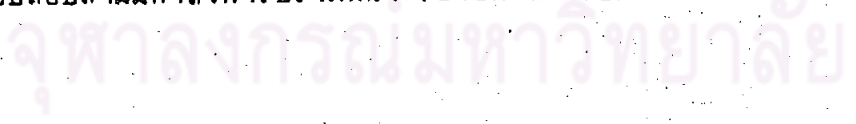
ลักษณะของบ้าน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
แบบบังกาโล ชั้นเดียว	๕๕	๑๓.๑
แบบไม้ สองชั้น	๓๖	๑๐.๘
แบบบ้านตึกสมัยใหม่	๑๐	๓.๐
ห้องแถวหรือตึกแถว	๒๓๐	๖๖.๘
อื่น ๆ	๕	๑.๓
รวม	๓๓๖	๑๐๐.๐

ข้อนี้ เมื่อได้รวบรวมคำตอบจากแบบสอบถามแล้ว เกือบจะไม่มีข้อสงสัยใน  
 ผลที่ปรากฏตามตารางข้างบนนี้เลย เพราะจำนวนคำตอบที่ตอบว่า ที่พักอาศัยเป็นห้อง  
 แแถวหรือตึกแถวมีถึง ๒๓๐ ราย หรือประมาณร้อยละ ๖๖.๘ ของจำนวนคำตอบทั้งสิ้น  
 ๓๔๔ คำตอบ ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในบ้านที่เป็นบ้านเดี่ยวชั้นเดียว หรือสองชั้น หรือเป็นบ้าน  
 ตึก มีจำนวนรวมกันเพียงประมาณร้อยละ ๓๐ เท่านั้น เมื่อผลการสำรวจเป็นเช่นนี้ จึง  
 อาจกล่าวต่อไปได้อีกว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามนี้ส่วนใหญ่จะไม่สามารถร่อนน้ำฝนไว้  
 สำหรับบริโภคได้ เช่นที่เคยเป็นที่นิยมในสมัยก่อน เพราะลักษณะของที่พักอาศัยที่มีสภาพ  
 เป็นตึกแถวย่อมขาดการวางน้ำฝน หรือสถานที่รับน้ำฝนมีน้อยและไม่สะดวกพอที่จะร่อนเอาน้ำ  
 ฝนที่นำมาไว้สำหรับบริโภคได้ คำตอบในข้อนี้ควรจะสัมพันธ์หรือคล้ายคลึงกับคำตอบของ  
 ผู้ที่ตอบว่าบริโภคน้ำชนิดใดเป็นน้ำบริโภคประจำวันซึ่งจะได้ เสนอผลการวิเคราะห์คำตอบ  
 ต่อไป

จากการออกไปทำการวิจัย ผู้เขียนได้พบว่า บ้านพักอาศัยที่มีลักษณะเป็นแบบ  
 บังกาโลชั้นเดียว หรือสองชั้นนั้น เป็นบ้านเข้ามากกว่าเป็นบ้านที่ผู้อาศัยอยู่มีกรรมสิทธิ์  
 ของตนเอง ส่วนที่เป็นบ้านตึกสมัยใหม่จำนวน ๑๐ รายนี้ ส่วนใหญ่อยู่นอกเขตเทศ-  
 บาลหรืออยู่ชานเมือง

ข้อ ๘ จำนวนบุคคลที่อาศัยอยู่ในครอบครัว เพื่อวิเคราะห์ว่าในแต่ละครอบครัวที่ตอบ  
 แบบสอบถามมีกำลังการบริโภคน้ำหรือใช้น้ำสำหรับบริโภคเพียงใด

คำตอบ



ตารางที่ ๔ - ๓

จำนวนคนในบ้าน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน ๓ คน	๕๓	๒๗.๑
ระหว่าง ๔ - ๗ คน	๑๕๐	๕๓.๕
เกิน ๗ คน ขึ้นไป	๑๐๑	๒๙.๔
รวม	๓๐๔	๑๐๐.๐

คำตอบในข้อนี้ อาจเป็นเครื่องชี้สนับสนุนค่าราคาทางวิชาการเกี่ยวกับสังคมหรือวัฒนธรรมไทย ที่กล่าวว่า ครอบครัวของคนไทยนั้นมักเป็นครอบครัวใหญ่ คือ นอกจากจะมี บิดา มารดา และบุตร อาศัยอยู่แล้ว ยังอาจมี บรรพบุรุษ และญาติพี่น้องร่วมอาศัยอยู่ด้วย จากการสำรวจจำนวน ๓๐๔ บ้าน ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา และรอบเขตเทศบาล ได้พบว่า ร้อยละ ๕๓.๕ หรือจำนวนรวม ๑๕๐ บ้าน มีบุคคลที่อยู่อาศัยเกินกว่า ๔ คนขึ้นไป (ซึ่งจำนวน ๔ คน ประกอบด้วย บิดา มารดา และบุตร ๒ คน) ในจำนวนนี้ปรากฏว่า จำนวน ๑๐๑ บ้าน มีสมาชิกเกินกว่า ๗ คนขึ้นไปด้วย

จำนวนสมาชิกในครอบครัว ซึ่งผู้เขียนได้สำรวจไว้นี้ ผู้เขียนเชื่อว่าอาจจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงปริมาณน้ำที่บริโภคในแต่ละวันของครอบครัวได้คร่าว ๆ คือ ครอบครัวใหญ่ย่อมต้องบริโภคน้ำมากกว่าครอบครัวเล็ก และถ้าหากครอบครัวใหญ่ ๆ นี้ไม่สามารถร่อนน้ำฝนหรือน้ำจากแหล่งธรรมชาติมาบริโภคได้ ก็จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยน้ำจากบริการสาธารณะของหน่วยราชการหรือต้องใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดของเอกชน

ดังนั้น เมื่อปรากฏข้อเท็จจริงจากผลการสำรวจว่า ครอบครัวของประชาชนในเขตเทศบาล และรอบเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา มากกว่าร้อยละ ๕๐ เป็นครอบครัวใหญ่ที่มีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า ๔ คนขึ้นไป จึงอาจอนุมานได้ว่า การบริโภค

น้ำในแต่ละวันจะต้องมีปริมาณสูงในแต่ละครอบครัว

ข้อ ๔ ฐานะของผู้ตอบในครอบครัว เพื่อสำรวจว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ของบ้านที่ตอบแบบสอบถามมีฐานะเป็นอะไรในครอบครัว

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๔

ฐานะของผู้ตอบในครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นหัวหน้าครอบครัว	๔๗	๒๕.๓
เป็นแม่บ้าน	๑๔๒	๔๑.๒
เป็นบุตร-หลาน	๗๑	๒๐.๖
เป็นผู้อาศัยอยู่	๔๑	๑๑.๘
อื่น ๆ	๓	๑.๑
รวม	๓๔๔	๑๐๐.๐

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน ๓๔๔ คน มีผู้ร้อยละ ๔๑.๒ คน เป็นแม่บ้านหรือเท่ากับจำนวน ๑๔๒ คน และมีผู้ตอบร้อยละ ๒๕.๓ หรือเท่ากับ ๔๗ คน เป็นหัวหน้าครอบครัว ถ้ารวมทั้งสองจำนวนนี้จะได้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นแม่บ้านและที่เป็นหัวหน้าครอบครัวถึง ๒๒๕ คน หรือประมาณร้อยละ ๖๖.๕ คน จากคำตอบนี้สามารถอธิบายได้ว่า คำตอบในแบบสอบถามซึ่งจะไ้เสนอผลต่อไปนั้น จะเป็นคำตอบส่วนใหญ่ของหัวหน้าครอบครัว หรือของแม่บ้าน ซึ่งจะเป็นผู้ที่ตัดสินใจเกี่ยวกับการบริโภคภายในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่

ข้อ ๕ รายได้ที่นำมาใช้จ่ายในครอบครัว เพื่อสำรวจหากผู้ของระดับรายได้ของผู้  
บริโภค

คำตอบ

ตารางที่ ๕ - ๕

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า ๒,๐๐๐ บาท	๔๕	๒๕.๗
ระหว่าง ๒,๐๐๑-๕,๐๐๐ บาท	๑๗๐	๕๕.๕
ระหว่าง ๕,๐๐๑-๘,๐๐๐ บาท	๕๕	๑๖.๑
ระหว่าง ๘,๐๐๑-๑๑,๐๐๐ บาท	๒๕	๗.๑
มากกว่า ๑๑,๐๐๐ บาท	๑๖	๕.๗
รวม	๓๑๑	๑๐๐.๐

ในการตอบคำถามเกี่ยวกับรายได้ของครอบครัวนั้น ผู้ทำวิจัยมักจะประสบ  
ปัญหาแนวเดียวกันเสมอ คือผู้ตอบไม่ตอบตามความเป็นจริงทั้งหมด แต่ได้พยายามปิด  
บังไว้เป็นบางส่วน เนื่องจากเป็นลักษณะของคนไทยอย่างหนึ่งว่าไม่ยากอวดอ้างว่า  
เป็นคนร่ำรวย หรืออาจจะเกรงกลัวการเรียกเก็บภาษีจากทางราชการ หรืออาจจะ  
หวาดกลัวโจรผู้ร้าย ดังนั้น คำตอบที่ได้จากการทำวิจัยในเรื่องรายได้จึงมักจะคลาด  
เคลื่อนจากข้อเท็จจริงบ้างเล็กน้อย

สำหรับการตอบคำถามข้อนี้ ผู้เขียนได้พยายามชี้แจงให้ผู้ตอบได้เข้าใจว่า คำตอบข้อนี้จะไม่มีการเปิดเผยชื่อหรือที่อยู่ของผู้ตอบอีกทั้งเป็นการระบุนายได้ของทั้งครอบครัว โดยประมาณและตัวเลขเฉลี่ยตลอดปีเท่านั้น ผู้เขียนสามารถทำความเข้าใจได้กับผู้ตอบได้มาก นอกจากนี้คำตอบในข้อนี้เป็นคำตอบที่ประมาณรายได้เฉพาะที่เป็นตัวเงิน ไม่รวมสิ่งที่เป็นทรัพย์สิน เช่น ผลผลิตทางการเกษตรที่นำมาบริโภคในครอบครัวโดยได้ผลิตเอง เช่น ไร่ข้าวจากนาของตนเอง ไร่กล้วยหรือผลไม้จากสวนของตน หรือบริโภคเนื้อสัตว์จากสัตว์ที่เลี้ยงได้เอง เหล่านี้ไม่นำมารวมเป็นรายได้ ถ้าหากไม่ให้นำไปจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๗๐ ราย หรือประมาณร้อยละ ๘๘.๘ คน เป็นครอบครัวที่มีรายได้ระหว่าง ๒,๐๐๑-๕,๐๐๐ บาทต่อเดือน ซึ่งถือว่าเป็นรายได้ที่อยู่ในระดับเดียวกับรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวของประชากรในเขตเมืองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งอยู่ระหว่าง ๒,๘๐๐-๓,๐๐๐ บาทต่อเดือน ในกรณีนี้ถือว่าผู้บริโภคในเขตเมืองของเทศบาลเมืองนครราชสีมามีอำนาจซื้อค่อนข้างสูง และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้มีรายได้ค่อนข้างต่ำ คือน้อยกว่า ๒,๐๐๐ บาทต่อเดือน ซึ่งมีจำนวน ๔๕ ราย หรือประมาณร้อยละ ๒๘.๗ กับผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูงคือเกินกว่า ๕,๐๐๐ บาทขึ้นไป มีจำนวน ๔๕ ราย หรือประมาณร้อยละ ๒๕.๘ ก็อาจจะกล่าวได้ว่ากลุ่มรายได้ของครอบครัวที่ตอบแบบสอบถามนี้มีระดับค่อนข้างสูงเกินกว่าระดับรายได้เฉลี่ยของรายได้ของครอบครัวในเขตเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อสูงพอสมควร



ข้อ ๑๐ ที่ตั้งของบ้านอยู่ในเขตเทศบาลเมืองหรือนอกเขต เพื่อสำรวจว่าบ้านที่คอบแบบ  
 สอดตามอยู่ในเขตเทศบาลหรือไม่ ถ้าอยู่ในเขตเทศบาลก็เชื่อว่าจะได้รับบริ-  
 การน้ำประปา

คำตอบ

ตารางที่ ๘ - ๑๐

ที่ตั้งของบ้าน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ในเขตเทศบาล	๒๓๘	๖๘.๐
นอกเขตเทศบาล	๑๑๐	๓๒.๐
รวม	๓๔๘	๑๐๐.๐

จำนวนบ้านที่สำรวจข้อมูลทั้งสิ้น ๓๔๘ ราย มีบ้านที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมือง  
 นครราชสีมา ๒๓๘ บ้าน หรือประมาณร้อยละ ๖๘.๐ และเป็นบ้านที่อยู่นอกเขตเทศบาล  
 ๑๑๐ บ้าน หรือประมาณร้อยละ ๓๒.๐ จำนวนบ้านที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาล ๑๑๐ บ้านนั้น  
 มีอยู่อีกเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้ใช้น้ำจากการประปาของเทศบาลเมืองนครราชสีมา บ้าน  
 เรือนที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาลก็มีโอกาสใช้น้ำประปาของเทศบาล แต่ผู้ใช้จะต้องเสียค่า  
 ใช้จ่ายในการต่อขยายท่อน้ำประปาค่อยจากเขตเทศบาล บ้านที่ไม่มีน้ำประปาใช้ โดย  
 มากใช้น้ำจากบ่อหรือสระที่อยู่ใกล้บ้าน ปัจจุบันจากการสังเกตการณ์ของผู้เขียน พบว่า  
 น้ำที่ใสจากบ่อหรือสระเริ่มขุ่นคลุ้งและมีความสกปรกเพิ่มมากขึ้น จึงอาจเป็นแนวโน้ม  
 ว่าจะต้องพึ่งพาอาศัยน้ำประปาของเทศบาลมากขึ้น และจะต้องพึ่งพาน้ำยบริโภคบรรจุขวด  
 สำหรับดื่มมากขึ้นด้วย.

ข้อ ๑๑ ชนิดของน้ำดื่มที่ใช้ปกติในครอบครัว (กรณีคิมน้ำดื่มให้ระบุว่าใช้น้ำชนิดใดต้ม)

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๑๑

ชนิดของน้ำบริโภค	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้ำฝน	๕๕	๒๘.๗
น้ำบ่อ, สระ, คลอง	๒๐	๕.๕
น้ำประปา	๕๓	๒๖.๕
น้ำบรรจุขวด	๑๓๒	๓๘.๕
อื่น ๆ	-	๐.๐
รวม	๓๕๘	๑๐๐.๐

ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน ๓๕๘ ราย ยังมีจำนวนมากถึง ๕๕ ราย หรือร้อยละ ๒๘.๗ ที่ยังคิมน้ำฝน อันแสดงว่าน้ำฝนยังเป็นน้ำที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคไม่น้อย เมื่อได้ย้อนกลับมาดูผลการสำรวจเกี่ยวกับลักษณะของบ้านที่อยู่อาศัยแล้ว ปรากฏว่าลักษณะของบ้านที่เป็นหลังแยกจากกันชั้นเดียวหรือสองชั้นหรือลักษณะเป็นบ้านตึกรวมดินแล้วมีอยู่ประมาณร้อยละ ๓๐ ของจำนวนบ้านทั้งหมด จึงอาจจะเป็นบ้านกลุ่มนี้ที่สามารถรองน้ำฝนไว้ใช้บริโภคได้ กลุ่มที่มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือกลุ่มที่ตอบว่าน้ำดื่มประปามีจำนวน ๕๓ ราย หรือประมาณร้อยละ ๒๖.๕ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนบ้านที่อยู่ในเขตเทศบาล (๒๓๔ ราย หรือร้อยละ ๖๕.๐) แล้ว จะพบว่าจำนวนหลังกันมาก ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเป็นจำนวนมากที่เลือกที่จะไม่ได้ใช้น้ำประปาเป็นน้ำดื่ม ปกติจากการสัมภาษณ์ในรายที่ใช้น้ำประปาเป็นน้ำดื่มส่วนใหญ่ได้

นำมาต้มก่อน ซึ่งก็เป็นวิธีเกี่ยวกับกลุ่มที่ไร้น้ำจากธรรมชาติ เช่น บ่อ สระหรือจากคลอง แต่ก็มีจำนวนน้อยเพียง ๒๐ ราย หรือเพียงร้อยละ ๕.๕ ซึ่งจำนวนของกลุ่มนี้ก็จะลดลงเรื่อย ๆ ตามสภาพของความเจริญที่เพิ่มขึ้น เพราะ น้ำบ่อ สระหรือน้ำคลอง ย่อมมีความสกปรกและไม่สามารถใช้ดื่มได้ก็ตามมา

กลุ่มประชากรกลุ่มใหญ่ที่สำรวจพบจำนวน ๑๓๒ ราย หรือประมาณร้อยละ ๓๔.๕ ตอบว่า น้ำดื่มน้ำบริโภคบรรจุขวด เมื่อพิจารณาข้อความจากข้างต้นนี้แล้ว จะเป็นคำอธิบายได้อย่างดี หมายความว่า ในเรื่องของน้ำดื่มนั้นเริ่มมีช่องว่าง และช่องว่างหรือการขาดแคลนน้ำที่เหมาะสมสำหรับคิมนั้น กว้างมากขึ้นเรื่อย ๆ จึงมีน้ำบริโภคบรรจุขวดเข้ามาแทนที่ ร้อยละ ๓๔.๕ นั้น ไม่ใช่ตัวเลขน้อย ๆ เมื่อเทียบกับเวลาที่ได้มีการผลิตและจำหน่ายน้ำบรรจุขวด และเทียบกับลักษณะของการให้บริการทางด้านสาธารณูปโภคของเทศบาล ผู้เขียนมีความเห็นว่า การเพิ่มจำนวนของประชากรในเขตเทศบาลและรอบ ๆ เขตเทศบาล การเพิ่มจำนวนบ้านเรือนและสิ่งก่อสร้างจะยิ่งทำให้การบริการน้ำประปาขัดสนลง เพราะขยายไม่ทัน น้ำธรรมชาติเริ่มขาดแคลนลงเพราะสภาพดินฟ้าอากาศไม่อำนวย โอกาสนี้ประชาชนจะพากันมาคิมน้ำบรรจุขวดซึ่งเห็นว่า สะอาดและ เหมาะสำหรับคิมยิ่งกว่าน้ำชนิดอื่น

ข้อ ๑๒ ล้อมวลชนที่รับฟังข่าวใกล้อีกที่สุด เพื่อสำรวจว่าล้อมวลชนชนิดใดมีอิทธิพลในการนำข่าวสารถึงผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

คำตอบ

ตารางที่ ๕ - ๑๒

ชนิดของสื่อมวลชน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	๑๐๓	๓๑.๒
วิทยุกระจายเสียง	๑๘๘	๕๖.๒
โทรทัศน์	๔๔	๒๕.๓
อื่น ๆ	๘	๐.๕
รวม	๓๔๓	๑๐๐.๐

ก่อนตอบแบบสอบถามข้อนี้ ผู้เขียนได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ชนิดของสื่อมวลชนที่ได้รับทั้งข่าวโกดังซึคที่สุด อาจมีหลายอย่าง แต่ขอให้ผู้ตอบพิจารณาชนิดที่รับข่าวสารโกดังซึค และมีความถี่มากที่สุดเพียงชนิดเดียว ผู้ตอบทั้งวิทยุกระจายเสียงมากที่สุดจำนวน ๑๘๘ ราย หรือประมาณร้อยละ ๕๖.๒ รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์รองลงมา คือจำนวน ๑๐๓ ราย หรือประมาณร้อยละ ๓๑.๒ หนังสือพิมพ์มักจะแพร่หลายในเมืองมากกว่านอกเมือง ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายอธิบายให้ผู้เขียนฟังว่า ได้รับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงมากกว่าหนังสือพิมพ์ เพราะว่าผู้จัดรายการวิทยุกระจายเสียงจำนวนมากได้นำข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มาอ่านและวิจารณ์ทางวิทยุ เสนอต่อผู้ฟังวันละหลายเวลา จึงได้รับทั้งข่าวจากวิทยุกระจายเสียงมากกว่าจากหนังสือพิมพ์ สำหรับการรับข่าวสารจากโทรทัศน์นั้น ปรากฏว่ามีจำนวน ๔๔ ราย หรือร้อยละ ๒๕.๓ เนื่องจากโทรทัศน์นั้นมีราคาแพงและมีข้อจำกัดในการรับภาพ เรื่องกระแสไฟฟ้า และมีจ็อบอื่น ๆ ส่วนใหญ่บ้านที่อยู่ในเขตเทศบาลมีเครื่องรับโทรทัศน์ สำหรับรายที่ตอบว่าอื่น ๆ นั้นมีอยู่ ๘ ราย หรือร้อยละ ๐.๕ มีเพียงรายเดียวที่ระบุว่าเสียงโฆษณา อีก ๓ รายไม่ไ้ระบุชนิดของสื่อมวลชน

ผลการสำรวจข้างต้นนี้ อาจชี้ให้เห็นได้ถึงช่องทางที่ผู้ผลิตน้ำบริโภคจะสามารถ  
ใช้ในการโฆษณาเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของตน หนังสือพิมพ์อาจมีอิทธิพลในการโฆษณาสูงมาก  
ในเมือง แต่สำหรับประชาชนนอกเมืองแล้ว ผู้เขียนเชื่อว่าวิทยุกระจายเสียงมีอิทธิพล  
สูงสุด

ผู้เขียนได้กล่าวไว้แล้วว่า แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ให้  
แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน แต่ละส่วนมีวัตถุประสงค์อยู่ในตัวเองแต่ละข้อ และในแต่ละส่วน  
จะมีวัตถุประสงค์รวมของส่วนนั้นอยู่ด้วย สำหรับในส่วนที่ ๑ ซึ่งประกอบด้วยคำถามรวม  
๑๒ ข้อ แต่ละข้อมีวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้เขียนได้เขียนไว้และได้วิเคราะห์คำตอบของแต่ละ  
ข้อไว้แล้ว โดยส่วนรวมของแบบสอบถามในส่วนที่ ๑ นั้น ผู้เขียนประสงค์จะหาข้อมูล  
เป็นภาวะแวดล้อมหรือสภาพโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นพื้นฐาน  
ของการท้าววิจัยฉบับนี้ จากส่วนที่ ๑ ผู้เขียนสรุปเป็นข้อมูลโดยทั่วไปได้ดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง ๓๖-๔๐ ปี เป็นเพศหญิงมากกว่า  
เพศชาย ระดับการศึกษาอยู่ระหว่าง มศ. ๑ ถึง จบ มศ. ๕ และประกอบอาชีพธุรกิจ  
ส่วนตัวมากกว่าอาชีพอื่น ผู้ตอบส่วนใหญ่มีบ้านที่อยู่โดยการเช่าผู้อื่นและเป็นการเช่าระยะ  
ยาว ลักษณะเป็นห้องแถวหรือตึกแถวมากกว่าเป็นบ้านเดี่ยว ครอบครัวที่ตอบแบบสอบถาม  
ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวระหว่าง ๔ - ๗ คน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น  
แม่บ้าน แต่ละครอบครัวมีรายได้ต่างกัน แต่กลุ่มรายได้ระหว่าง ๒,๐๐๐ บาท ถึง  
๕,๐๐๐ บาท เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอยู่ในเขตเทศบาล และสื่อ  
มวลชนที่รับฟังใกล้ชิดที่สุดคือ วิทยุกระจายเสียง ทั้งรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔ - ๑๓

ลักษณะทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	หมายเหตุ
มีอายุระหว่าง ๓๖ - ๕๐ ปี	๑๒๐	๓๕.๘	จากจำนวน
เป็นเพศหญิง	๑๕๕	๕๕.๐	ผู้ตอบแบบ
ระดับการศึกษา มศ.๑ - มศ.๕	๑๕๖	๔๒.๓	สอบถามทั้ง
ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว	๑๓๘	๕๐.๖	สิ้น ๓๕๕
อยู่บ้านเช่าผู้อื่น	๒๐๑	๕๕.๓	ราย
ลักษณะบ้านเป็นตึกแถว-ห้องแถว	๒๓๐	๖๖.๕	
สมาชิกในบ้านมี ๔ - ๗ คน	๑๕๐	๔๓.๕	
ผู้ตอบเป็นแม่บ้าน	๑๕๒	๔๑.๒	
รายได้ในครอบครัว ๒,๐๐๑-๕,๐๐๐	๑๓๐	๔๕.๕	
บ้านตั้งอยู่ในเขตเทศบาล	๒๓๕	๖๕.๐	
ค่าน้ำบริโภคมรรจุขวด	๑๓๒	๓๕.๕	
พึงวิหุยกกระจายเสียงมากที่สุด	๑๕๕	๔๒.๒	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำถามส่วนที่ ๒ จำนวนคำถามทั้งสิ้น ๒๓ คำถาม

จุดประสงค์ของคำถาม เพื่อทำการสำรวจและวิเคราะห์เกี่ยวกับสาเหตุและมูลเหตุจริงใจในการบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดชนิดต่าง ๆ ตลอดจนความคิดเห็นของผู้ที่ไม่ได้ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวด

ข้อ ๑๓ ความถี่คุ้นเคยกับน้ำบริโภคบรรจุขวด เพื่อสำรวจว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักน้ำบริโภคบรรจุขวดเพียงใด

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๑๔

ความถี่คุ้นเคยกับน้ำบริโภคบรรจุขวด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รู้จักดี เพราะดื่มเป็นประจำในครอบครัว	๑๒๑	๓๕.๒
รู้จักดี เพราะเคยดื่มแต่ไม่ได้ใช้เป็นประจำในครอบครัว	๑๘๔	๕๓.๕
รู้จักเพราะเคยเห็นผู้อื่นใช้	๓๖	๑๐.๕
ไม่รู้จักมาก่อนเลย	๓	.๘
รวม	๓๔๔	๑๐๐.๐

โดยข้อเท็จจริงที่มีน้ำหนักวิไลครบบริบูรณ์จำหน่ายในจังหวัดนครราชสีมา เป็นเวลาหลายปีมาแล้ว และได้เริ่มมีการผลิตน้ำหนักนี้ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๑๔ จึงทำให้ประชาชนมีความคุ้นเคยกับน้ำหนักนี้มาก โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ๑๒๑ ราย จาก ๓๔๔ ราย หรือประมาณร้อยละ ๓๕.๒ ตอบว่ารู้จักดี เพราะใช้เป็นประจำในครอบครัว และยังมีอีกจำนวน ๑๔๔ ราย หรือร้อยละ ๔๓.๕ ตอบว่ารู้จักดี เพราะเคยกินแล้ว รวมผู้ตอบสองกลุ่มนี้ด้วยกันจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนร้อยละ ๘๘.๗ หรือเท่ากับ ๓๐๕ ราย จาก ๓๔๔ ราย รู้จักคุ้นเคยกับน้ำหนักวิไลครบบริบูรณ์เป็นอย่างดีแล้ว ส่วนที่รู้จักเพราะเคยเห็นแต่ไม่เคยกินนั้นมี ๓๖ ราย หรือร้อยละ ๑๐.๕ และมีเพียง ๓ ราย เท่านั้นที่ไม่รู้จักมาก่อน นอกนั้นเคยรู้จักหรือเคยเห็นแล้วทั้งสิ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



การรู้จักคุ้นเคยกับน้าบวโลกบวรจวบ หนักความอาวชิต, ระคิมการศีกษา, รวยโค้ และชักษะน้าบวศีกษาศัน

	จำนวน (rouse)	อาวชิต					ระคิมการศีกษา						รวยโค้					คักษะน้าบวศีกษาศัน					
		น้าบวเจกษณ	การชาการนอระคิมงานวโลกบวชิต	ชูกิจคักวคัว	เทคครร	อื่น ๆ	ชว ม. ๔	ม.๕ - ม.๗	ม.๘ - ม.๑๕	ศูกวศีกษา	นริศศากวี	อื่น ๆ	คักว ๒,๐๐๐	๒,๐๐๐-๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐-๑๐๐,๐๐๐	ชูกว ๑๐,๐๐๐	น้าบว	น้าบวในศอกษัน	น้าบวศีกษณวโลก	ศีกษว, ชูกษว	อื่น ๆ	
ความรู้จักคุ้นเคยกับน้าบวโลกบวรจวบ	๓๔๔ (๑๐๐)	๗๖ (๑๐๐)	๗๖ (๑๐๐)	๑๓๕ (๑๐๐)	๓๕ (๑๐๐)	๒ (๑๐๐)	๕๕ (๑๐๐)	๗๖ (๑๐๐)	๑๗๖ (๑๐๐)	๒๖ (๑๐๐)	๕๕ (๑๐๐)	๕ (๑๐๐)	๕๕ (๑๐๐)	๗๖ (๑๐๐)	๕๕ (๑๐๐)	๗ (๑๐๐)	๕๕ (๑๐๐)	๗๖ (๑๐๐)	๑๓๕ (๑๐๐)	๓๕ (๑๐๐)	๒ (๑๐๐)		
รู้จักเพราะคักเป็นประจักษ์ในคอกษณ	๗๖ (๓๕.๐๐)	๒๖ (๒๕.๕๗)	๕๐ (๕๐.๐๐)	๕๕ (๕๖.๐๐)	๐ (๒.๕๕)	- (๐)	๑๐ (๓๐.๕๐)	๒๕ (๒๕.๐๖)	๕๓ (๒๕.๕๕)	๒๖ (๕๐.๗๖)	๑๑ (๑๖.๕๐)	๕ (๒๕.๐๐)	๒๕ (๒๖.๖๕)	๒๖ (๒๖.๕๕)	๕ (๕๕.๐๐)	๕ (๒๖.๖๕)	๒๖ (๒๖.๕๕)	๕๕ (๕๕.๕๕)	๑๕ (๕๕.๐๐)	๒๖ (๕๐.๖๗)	๕ (๕๐.๐)	๕๕ (๕๐.๓๐)	-
รู้จักเพราะคักคักนคักนคักโค้	๑๕๕ (๕๐.๕๕)	๕๖ (๕๕.๕๕)	๕๐ (๕๐.๗๖)	๗๖ (๕๖.๐๗)	๒๖ (๕๕.๕๐)	-	๑๐ (๒๐.๒๕)	๕๕ (๕๖.๗๖)	๕๕ (๒๐.๒๗)	๕ (๑๕.๒๓)	๒ (๒๐.๕๐)	๒ (๑๖.๒๗)	๕๖ (๕๕.๗๖)	๕๖ (๕๖.๕๕)	๑๕ (๕๕.๕๕)	๑๐ (๕๕.๕๐)	๑๖ (๕๕.๕๕)	๕๖ (๕๕.๕๕)	๑๓๕ (๕๕.๕๕)	๓๕ (๕๕.๕๖)	๒ (๒๐.๐)	๑๑๑ (๕๕.๗๖)	๕ (๗๖.๗๕)
รู้จักเพราะคักเป็นชูกษณวโลก	๑๖ (๑๐.๕๖)	๑๑ (๑๖.๕๕)	๐ (๐.๒๓)	๕ (๕.๕๐)	๑๖ (๑๕.๒๕)	-	๕ (๑๐.๒๗)	๑๕ (๑๕.๕๕)	๑๕ (๑๐.๒๗)	-	๐ (๑๕.๕๕)	๐ (๕.๕๐)	๑๕ (๒๐.๑๗)	๑๖ (๑๕.๕๖)	๒ (๑๖.๒๕)	-	๒ (๑๕.๕๕)	๑ (๑๖.๕๕)	๑๑ (๑๐.๐)	๑๖ (๑๖.๗๖)	-	๑๑ (๑๐.๕๕)	๒ (๑๖.๒๕)
ไม่รู้จักไม่คักโค้อื่นชูกษณวโลก	๒๕๕ (๒.๕๕)	-	-	-	๑๖ (๒.๕๕)	๒ (๑๐๐)	๑๖ (๒.๗๖)	-	-	-	-	-	๑๕ (๑.๕๐)	-	-	-	-	๑๖ (๑.๕๕)	-	-	๑๑ (๐.๕๕)	-	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ ๔ - ๑๔ ปรากฏผลเป็นที่น่าสนใจว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๓๔๔ ราย มีผู้ตอบว่ารู้จักน้ำบริโภคบรรจุขวดที่ เพราะเค็มเป็นประจำในครอบครัว ๑๒๑ ราย ผู้ที่ตอบว่ารู้จักเพราะเค็ม แต่ไม่ได้ใช้ประจำอีก ๑๒๔ ราย ทั้งสองรายการนี้เป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงความแพร่หลายของน้ำบริโภคบรรจุขวดในเขตเมืองนครราชสีมาว่า มีความแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับกันโดยประชาชนส่วนมากอยู่แล้ว

ผู้เขียนได้จำแนกข้อมูลในรายละเอียดตามที่ปรากฏผลในตารางที่ ๔ - ๑๕ เพื่อพิจารณาต่อไปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักน้ำบริโภคบรรจุขวดที่แล้วนั้น ประกอบอาชีพใด มีการศึกษาระดับใด มีรายได้เดือนละเท่าไร และลักษณะของบ้านพักอาศัยเป็นอย่างไร ซึ่งปรากฏผลดังนี้

๑. ผู้ที่กินน้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นประจำในครอบครัว

๑.๑ อาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพทางธุรกิจส่วนตัว และรองลงมาเป็นอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ

๑.๒ ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาจบการศึกษาชั้น มศ.๑ - มศ.๕ รองลงมาจบการศึกษา ป.๕-ป.๗

๑.๓ รายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้เดือนละ ๒,๐๐๐ - ๕,๐๐๐ บาท รองลงมามีรายได้เดือนละ ๕,๐๐๐ บาท

๑.๔ ลักษณะบ้านพักอาศัย ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในห้องแถวหรือตึกแถว รองลงมาอยู่บ้านไม้สองชั้น

๒. ผู้ที่รู้จักน้ำบริโภคบรรจุขวดที่แต่ไม่ได้กินเป็นประจำ

๒.๑ อาชีพ พบว่าส่วนใหญ่อาชีพธุรกิจส่วนตัว และรองลงมาเป็นอาชีพรับราชการ และเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ

๒.๒ ระเบียบการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาชั้น มศ.๑-๕ รองลงมา  
จบการศึกษาชั้น ป.๕-๗

๒.๓ รายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้เดือนละ ๒,๐๐๐-๕,๐๐๐ บาท รอง  
ลงมามีรายได้เดือนละ ๕,๐๐๑-๘,๐๐๐ บาท

๒.๔ ลักษณะบ้านพักอาศัย ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในห้องแถวหรือตึกแถว  
รองลงมาเป็นบ้านไม้สองชั้น

จะเห็นได้ชัดเห็นว่า ผู้ที่รู้จักคุ้นเคยกับน้ำบริโคมบรรจุขวดนั้น ไม่ว่าจะใช้  
ดื่มเป็นประจำในครอบครัวหรือไม่ก็ตาม ส่วนใหญ่มีอาชีพทางธุรกิจส่วนตัว ระเบียบการ  
ศึกษารวม มศ.๑-๕ มีรายได้ปานกลางคือเดือนละ ๒,๐๐๐-๕,๐๐๐ บาท และบ้านพักอาศัย  
เป็นห้องแถวหรือตึกแถว

ข้อ ๑๔ การรู้จักน้ำบริโคมบรรจุขวด เพื่อสำรวจว่าผู้บริโภคได้รู้จักน้ำบริโคมบรรจุ  
ขวดได้โดยวิธีใด หรือได้ขมูณน้ำบริโคมบรรจุขวดจากสื่อ ( Media ) ชนิดใด

คำตอบ

ตารางที่ ๔-๑๖

การรู้จักน้ำบริโคมบรรจุขวด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีผู้อื่นแนะนำให้ใช้	๗๘	๒๘.๒
ได้ทราบจากโฆษณา	๕๕	๑๘.๐
ผู้จำหน่ายมาชักชวน	๗๗	๒๕.๓
เคยใช้จากสถานที่อื่น	๘๖	๒๘.๕
อื่น ๆ	๓	๑.๐
รวม	๓๐๙	๑๐๐.๐

คำถามในแบบสอบถามข้อ ๑๔ นี้ ผู้ตอบมีอยู่ทั้งสิ้น ๓๐๕ ราย เนื่องจากในข้อ ๑๓ ของส่วนที่หนึ่ง ได้จำแนกกลุ่มผู้ตอบออกเป็นกลุ่มผู้เคยใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดกับกลุ่มผู้ไม่เคยใช้หรือไม่เคยบริโภค ทั้งนี้ในข้อ ๑๔ จึงมีผู้เลือกตอบเพียง ๓๐๕ ราย ซึ่งเป็นกลุ่มของผู้ที่เคยใช้หรือกำลังใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดอยู่ขณะนี้ คิดเป็นจำนวนร้อยละ ๔๕.๔ ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นอัตราส่วนสูงมาก

ในจำนวนผู้ที่ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดอยู่แล้ว จำนวน ๓๐๕ รายนี้ ปรากฏว่าการใช้คือ ๆ กันมาเป็นวิธีที่ดี และแพร่หลายที่สุดสำหรับการเผยแพร่ น้ำบริโภคชนิดนี้ เพราะผู้ตอบจำนวน ๘๖ ราย หรือ ร้อยละ ๓๑.๕ ที่ใช้น้ำบริโภคตอบว่า เหตุที่รู้จักหรือใช้นั้น เนื่องจากเคยได้บริโภคจากที่อื่น เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร สถานที่ทำงาน โรงเรียน เป็นต้น รองลงมาคือ ผู้ตอบจำนวน ๗๗ ราย หรือประมาณร้อยละ ๒๕.๓ รู้จักหรือได้ใช้เนื่องจากผู้จำหน่ายมาชักชวนให้ใช้และลำดับต่อมาคือ รู้จักโดยมีผู้อื่นแนะนำและจากการโฆษณาของผู้ผลิตในลำดับรองลงมาอีก

ข้อ ๑๕ สาเหตุที่ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวด เพื่อสำรวจว่ามีเหตุจูงใจใดที่จูงใจให้ผู้บริโภคเลือกค้มน้ำบริโภคบรรจุขวด

คำตอบ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ๔ - ๑๗

มูลเหตุรังใจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีความสะอาดกว่าน้ำฝนหรือน้ำประปา	๖๔	๔๘.๕
มีความสะอาดกว่าใช้น้ำชนิดอื่น	๕๓	๔๐.๑
ราคาถูกกว่าใช้น้ำชนิดอื่น	๑๐	๗.๖
ไม่มีน้ำอย่างอื่นบริโภค	๒	๑.๕
เป็นไปตามความนิยมของบ้านเมือง	๓	๒.๓
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๓๒ ราย ให้ความเห็นว่ามูลเหตุที่ตัดสินใจหรือเลือกบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวด เพราะมีสาเหตุจากความสะอาด โดยมีความเชื่อว่าน้ำชนิดนี้มีความสะอาดกว่าน้ำฝนหรือน้ำประปา มีจำนวนสูงถึงร้อยละ ๔๘.๕ รองลงมาผู้ตอบร้อยละ ๔๐.๑ มีความเห็นว่า ที่เลือกบริโภคน้ำชนิดนี้ เพราะมีความสะดวกกว่าการใช้น้ำชนิดอื่น อีกร้อยละ ๗.๖ มีความเห็นว่าราคาถูกกว่าน้ำชนิดอื่น

ความเห็นของผู้บริโภคที่ได้ตอบแบบสอบถามข้อนี้ อาจเป็นค่าตอบของผู้บริโภคที่ตอบคำถามของผู้ผลิตและจำหน่ายได้ เช่นกันว่า ถ้าหากผู้ผลิตเน้นเรื่องความสะอาดและให้บริการอำนวยความสะดวกอย่างจริงจังจะมีผู้บริโภคถึงร้อยละ ๔๘.๕ ให้การสนับสนุน และถ้าหากจะรักษาระดับราคาถูกไว้จะคุ้มค่าเพิ่มเป็นร้อยละ ๗.๖



ข้อ ๑๖ ชนิดของน้ำบริโภคบรรจุขวดที่ผู้ขอใบบริโภคประจำ เพื่อพิจารณาผู้บริโภครวม  
ความนิยมน้ำบริโภคบรรจุขวดยี่ห้อใดมากที่สุด

คำตอบ

ตารางที่ ๘ - ๑๘

น้ำบริโภคที่ใช่	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เฟรชชูล	๔๓	๓๒.๓
เทรวิ	๑๘	๑๓.๘
วอเตอร์วีล	๒๖	๒๐.๐
เซียร์	๑๓	๙.๒
โนแองการ่า	๒๘	๒๑.๕
โพลาริส	๔	๓.๒
อื่น ๆ	-	๐.๐
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

มีผู้ตอบคำถามจำนวน ๑๓๒ ราย ผลการสำรวจปรากฏว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม ๔๓ ราย หรือประมาณร้อยละ ๓๒.๓ กินน้ำยี่ห้อเฟรชชูล รองลงมาเป็นยี่ห้อโนแองการ่า จำนวน ๒๘ ราย หรือร้อยละ ๒๑.๕ และวอเตอร์วีล จำนวน ๒๖ ราย หรือร้อยละ ๒๐.๐ ผู้เขียนเห็นว่าการที่มีผู้นิยมกินน้ำยี่ห้อเฟรชชูลมากกว่าน้ำยี่ห้ออื่น ๆ เพราะเฟรชชูลเป็นน้ำบริโภคบรรจุขวดยี่ห้อแรกที่มาดำเนินการผลิตและจำหน่ายในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมาตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๑๘ จึงมีความแพร่หลายมากกว่ายี่ห้ออื่น น้ำยี่ห้อโนแองการ่าก็เช่นเดียวกัน ได้มาผลิตและจำหน่ายในเวลาใกล้เคียงกับน้ำยี่ห้อเฟรชชูล

สำหรับน้ำโพลาริสนั้น แม้จะเข้ามาจำหน่ายเป็นเวลานานก่อนน้ำชนิดอื่นก็ตาม แต่โพลาริสไม่มีโรงงานผลิตอยู่ในท้องถิ่นนี้ ความแพร่หลายจึงมีน้อยกว่าน้ำที่ผลิตในท้องถิ่น

วอเทอร์วิส เขียร์ และเพรวี่ แม้จะได้เริ่มดำเนินการในระยะเวลาใกล้เคียงกันก็ตาม แต่วอเทอร์วิสมีความแพร่หลายมากกว่า และมีการยอมรับกันมากเป็นอันดับ ๓ ทั้งนี้เนื่องมาจากการให้บริการในด้านการขนส่งได้รวดเร็วกว่าก็ว่าได้

ข้อ ๑๗ เหตุที่ใช้น้ำบริโภครรจุขวดเพราะเห็นจากกรณีโฆษณา เพื่อสำรวจว่าการโฆษณามีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเพียงใด

คำตอบ

ตารางที่ ๘ - ๑๗

เลือกใช้เพราะเห็นโฆษณา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นค่ายอย่างยิ่ง	๓๒	๒๘.๒
เห็นค่าย	๔๘	๓๓.๓
ไม่มีความเห็น	๒๕	๑๘.๘
ไม่เห็นค่าย	๒๘	๒๒.๐
ไม่เห็นค่ายอย่างยิ่ง	๒	๑.๖
รวม	๑๓๕	๑๐๐.๐

\*โปรดดูตารางเปรียบเทียบกำลังการผลิต แรงงานและการขนส่ง ของผู้ผลิตจำหน่ายในภาคชนบท

จากตารางที่ ๔ - ๑๘ แสดงให้เห็นว่าการโฆษณาอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคน้ำบริโภคมรรจุขวดมาก เนื่องจากมีผู้ที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับคำถาม ร้อยละ ๒๔.๒ และเห็นด้วยร้อยละ ๓๓.๓ รวมผู้ที่ตอบว่าบริโภคน้ำบริโภคมรรจุขวดเพราะได้เห็นจากโฆษณาและจำได้จึงซื้อมาบริโภค รวมร้อยละ ๕๗.๕ แต่ยังมีผู้ที่ไม่ได้บริโภคเพราะอิทธิพลของการโฆษณาอยู่รวมร้อยละ ๒๓.๖ และผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นมีจำนวนมากถึงร้อยละ ๑๔.๕ ในข้อนี้อาจจะกล่าวได้ว่า การโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตยังมีน้อย และกระจายไม่ถึงผู้บริโภคอีกเป็นจำนวนมาก

ข้อ ๑๘ เหตุที่เจาะจงเลือกใช้น้ำยี่ห้อที่ใช้อยู่เพราะทราบในความสะดวกบริสุทธิ์ของน้ำ  
 เพื่อสำรวจว่า ผู้บริโภคตัดสินใจบริโภคเพราะมีความเชื่อในความสะดวกบริสุทธิ์ของน้ำที่บริโภคเพียงใด

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๒๐

เลือกใช้น้ำยี่ห้อนี้เพราะทราบว่าสะดวก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๓๔	๒๔.๖
เห็นด้วย	๓๓	๕๔.๒
ไม่มีความเห็น	๓	๒.๖
ไม่เห็นด้วย	๑๑	๘.๓
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๒	๑.๓
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐



จากคำตอบความตารางที่ ๔ - ๒๐ แสดงให้เห็นชัดเจนว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ ๕๓.๖ มีความเชื่อถือว่าน้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นน้ำที่สะอาดบริสุทธิ์ จึงตัดสินใจ เลือกมาใช้สำหรับบริโภคในจำนวนนี้ (๑๑๖ คน) เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นมากอยู่ร้อยละ ๒๕.๔ แต่ยังคงมีผู้ที่ตอบว่า เหตุที่เลือกดื่มน้ำบริโภคบรรจุขวดนั้นไม่ใช่เพราะเชื่อในเรื่องความสะอาดบริสุทธิ์ แต่เลือกบริโภค เพราะสาเหตุอื่นอยู่ร้อยละ ๑๐.๐ หรือเท่ากับจำนวน ๑๓ คนจาก ๑๓๒ คน มีผู้ที่ไม่ให้ความเห็น ๓ คน หรือเท่ากับประมาณร้อยละ ๒.๔ คำตอบข้อนี้เน้นให้เห็นชัดเจนว่า ความสะอาดบริสุทธิ์ของน้ำบริโภคบรรจุขวด เป็นสิ่งจำเป็น และเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะต้องมี

ข้อ ๑๕ การบริการจัดส่งและเจ้าหน้าที่เป็นลูกค้าประจำ เป็นบริการที่ดีและรวดเร็ว เพื่อสำรวจว่าการให้บริการของบริษัทผู้ผลิตจำหน่ายเป็นปัจจัยที่จำเป็น และมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคของผู้บริโภค เช่นเดียวกัน

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๒๑

เลือกใช้น้ำยี่ห้อนี้เพราะบริการที่รวดเร็ว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๔๓	๓๒.๖
เห็นด้วย	๓๕	๒๕.๗
ไม่มีความเห็น	๓	๒.๓
ไม่เห็นด้วย	๓	๒.๓
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	๐.๐
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

จากคำตอบที่ปรากฏตามตารางที่ ๔ - ๒๑ เป็นที่เห็นได้ชัดเจนว่า ผู้บริโภค  
 เลือกบริโภคน้ำมันบรรจุขวดชนิดหนึ่ง เพราะตั้งใจในด้านบริการที่รวดเร็วและบริการที่ดี  
 ซึ่งปรากฏตัวเลขจำนวนผู้ที่แสดงว่าเห็นด้วยร้อยละ ๕๕.๘ ซึ่งเท่ากับจำนวน ๑๕ ราย  
 จาก ๑๓๒ และที่ตอบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งอีกร้อยละ ๓๒.๖ ซึ่งเท่ากับจำนวน ๔๓ ราย  
 จาก ๑๓๒ ราย รวมทั้งสองจำนวนนี้จะได้เท่ากับร้อยละ ๘๘.๔ หรือจำนวน ๑๒๖ ราย  
 จาก ๑๓๒ ราย

ผู้ที่ตอบว่าไม่เห็นด้วยหมายความว่า เหตุที่เลือกบริโภคน้ำมันบรรจุขวดชนิดนี้ไม่  
 ได้มีสาเหตุมาจากการบริการที่ดีและรวดเร็ว แต่อาจเป็นเหตุมาจากสาเหตุอย่างอื่น  
 ในคำตอบข้อนี้ มีผู้ไม่แสดงความเห็นจำนวน ๗ ราย หรือประมาณร้อยละ ๕.๓ ซึ่งเป็น  
 จำนวนไม่มากนัก

จากข้อเท็จจริงที่ผู้เขียนได้พบในการทำวิจัยสำหรับเรื่องนี้ ปรากฏว่าบริษัท  
 ผู้ผลิตทุกรายต่างพยายามที่จะแข่งขันกันในด้านค่าบริการที่รวดเร็ว คงเป็นเพราะทุก  
 บริษัทผู้ผลิตต่างก็ทราบดีกันว่า การให้บริการที่ดีและรวดเร็วเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคซึ่ง  
 ปรารถนาทั้งสิ้น

ข้อ ๒๐ เหตุที่เลือกบริโภคน้ำมันบริโภคบรรจุขวดชนิดนี้ เพราะรู้สึกคุ้นเคยกับเจ้าของผู้  
ผลิตจำหน่าย ข้อนี้เพื่อสำรวจว่า การมีความสัมพันธ์คุ้นเคยกับลูกค้าเป็นการ  
 ส่วนตัวมีผลอย่างไร

คำตอบ



ตารางที่ ๔ - ๒๒

เลือกคำตอบนี้เพราะรู้จักเจ้าของฯ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นค่ายอย่างยิ่ง	๘	๖.๒
เห็นค่าย	๑๒	๙.๐
ไม่มีความเห็น	๔๔	๓๓.๓
ไม่เห็นค่าย	๖๑	๔๖.๒
ไม่เห็นค่ายอย่างยิ่ง	๗	๕.๓
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

จากคำตอบคำถามตารางที่ ๔ - ๒๒ แสดงว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือประมาณ ร้อยละ ๕๑.๕ ไม่รู้จักคุ้นเคยกับผู้ผลิตและจำหน่ายเป็นการส่วนตัว หรือไม่ถือว่าการรู้จักคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญต่อการเลือกบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดยี่ห้อที่เลือกไว้

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๖๕.๒ ตอบว่าที่เลือกบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดยี่ห้อที่บริโภคอยู่ เพราะเหตุว่าตนเองมีความรู้จักคุ้นเคยกับผู้ผลิต หรือไม่ถือว่าการรู้จักคุ้นเคยกับผู้ผลิต เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคน้ำยี่ห้อที่ใช้อยู่

ผู้บริโภคอีกจำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นจำนวนมากน่าสังเกตถึงร้อยละ ๓๓.๓ ตอบว่าไม่มีความเห็น ในระหว่างการตอบแบบสอบถามผู้เขียนได้สังเกตเห็น และได้สอบถามเพิ่มเติมว่าเหตุใดจึงตอบว่าไม่มีความเห็น ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากตอบว่า การรู้จักผู้ผลิตไม่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการบริโภคก็จริง แต่หากได้รู้จักกับผู้ผลิตก็จะเป็นการดีในการพิจารณาในก้านอื่น ๆ และในขณะที่ตอบไม่รู้จักกับผู้ผลิตเป็นการส่วนตัว แต่

เคยพบหรือรู้จักเพียงข้างเดียว

ข้อ ๒๑ สอบถามความเห็นเกี่ยวกับราคาของน้ำมันบริโภคบรรจุขวดที่บริโภคประจำ  
เพื่อสำรวจว่าราคาบรรจุภัณฑ์ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๒๓

ราคาที่จำหน่ายขณะนี้เหมาะสมอยู่แล้ว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๕๑	๓๘.๖
เห็นด้วย	๖๐	๔๕.๕
ไม่มีความเห็น	-	๐.๐
ไม่เห็นด้วย	๒๑	๑๕.๙
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	๐.๐
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔ - ๒๓ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจในราคาน้ำมันบริโภคบรรจุขวดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน คือ ผู้ที่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีจำนวน ๕๑ ราย จาก ๑๓๒ ราย หรือเท่ากับร้อยละ ๓๘.๖ ผู้ที่เห็นด้วยรองลงมาจำนวน ๖๐ ราย จาก ๑๓๒ ราย หรือเท่ากับร้อยละ ๔๕.๕ รวมจำนวนผู้ที่พึงพอใจกับราคาที่คนบริโภคมียังมีจำนวนร้อยละ ๘๔.๑ ซึ่งนับเป็นอัตราสูงมาก ส่วนผู้ที่ยังไม่พึงพอใจกับราคาจำหน่ายน้ำมันบริโภคบรรจุขวดสภาพปัจจุบันมีจำนวน ๒๑ ราย หรือเท่ากับร้อยละ ๑๕.๙

น้ำบริโภคบรรจุขวดซึ่งเป็นน้ำที่ทางราชการให้การรับรองแล้วว่ามีคุณภาพ  
 และปลอดภัยสำหรับบริโภค โดยผู้ผลิตจะต้องส่งน้ำที่ผลิตจำหน่ายไปตรวจและได้รับคำรับ  
 รองจากกระทรวงสาธารณสุข ทั้งนี้ ราคาน้ำบริโภคบรรจุขวดในปัจจุบัน ซึ่งมีราคาเฉลี่ย  
 ประมาณ ๓๕ สตางค์ นับว่าเป็นสินค้าที่มีราคาถูกลงมาก ผู้บริโภคแทบไม่รู้สึกรู้ว่ามีความสูง  
 แม้ว่าจะได้มีการขึ้นราคามานานแล้วก็ตาม

สำหรับผู้ที่ยังไม่พึงพอใจกับราคาปัจจุบันที่มีจำหน่ายน้อยและอาจกล่าวได้ว่า  
 โดยปกติผู้บริโภคประสงค์จะได้น้ำบริโภคสินค้าที่ราคาถูกลง ยิ่งถูกลงเท่าไรยิ่งดีเท่านั้น

ข้อ ๒๒ ถ้า น้ำบริโภคมีราคาเพิ่มสูงขึ้น ท่านควร เลิกใช้ เพื่อสำรวจว่า ผู้บริโภคมีปฏิ  
 ติวิทยาใดที่สอดคล้องกับการขึ้นราคาน้ำบริโภคบรรจุขวดเสียใจ

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๒๔

ถ้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๑๔	๑๐.๖
เห็นด้วย	๓๕	๒๕.๕
ไม่มีความเห็น	๑๔	๑๐.๖
ไม่เห็นด้วย	๔๗	๓๕.๖
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๑๒	๑๓.๗
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔ - ๒๔ ผู้บริโภคมีความเห็นต่อการขึ้นราคาของน้ำบริโภค  
 บรรจุกวักแตกแยกเป็นเพียงสองฝ่าย ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๒๕ คน จาก ๑๓๒ คน  
 หรือประมาณร้อยละ ๔๕.๓ มีความเห็นว่า แม้น้ำบริโภคบรรจุกวักจะขึ้นราคาไปจาก  
 เดิมก็ยังไม่เดือดร้อนน้ำบริโภคนั้น ส่วนฝ่ายที่เห็นว่าถ้าน้ำบริโภคบรรจุกวักมีราคา  
 สูงขึ้นก็จะเดือดร้อนน้ำบริโภคนั้น มีจำนวน ๕๓ คน จาก ๑๓๒ คน หรือประมาณร้อยละ ๔๐.๑  
 ผู้ที่ไม่ออกความเห็นจำนวน ๑๔ คน หรือประมาณ ร้อยละ ๑๐.๖

จากการตอบถึงก่น่าข้างกัน แสดงให้เห็นชัดเจนอีกอย่างหนึ่งว่า ปัจจุบัน  
 น้ำบริโภคบรรจุกวักเริ่มกลายเป็นสิ่งจำเป็นต่อการบริโภคประจำวันไปแล้ว แม้ว่าจะมี  
 การขึ้นราคาหรือปรับราคาประชาชนส่วนมากก็ยังยอมรับสภาพของภาวะทางเศรษฐกิจ จึง  
 มีความเห็นโต้ตอบว่า แม้น้ำบริโภคจะขึ้นราคาที่ยังไม่เดือด แต่สำหรับผู้บริโภคอีกกลุ่ม  
 หนึ่ง ยังเห็นว่าน้ำบริโภคบรรจุกวักเป็นสิ่งที่ค่อนข้างจะหุ้มเพื่อย และยังหาสิ่งทดแทนได้  
 หากมีการปรับราคาขึ้นไปอีกก็ลงจะหันไปใช้น้ำประปาหรือน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติตาม  
 เดิม

ข้อ ๒๓ ถ้าน้ำฝน น้ำประปา หรือน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ มีความสะอาดกว่าปัจจุบัน  
ก็ควรจะได้ใช้น้ำบริโภคบรรจุกวักที่ใช้อยู่ เพื่อสำรวจว่าเป็นความจริงเพียง  
 ใดที่ผู้บริโภคบริโภคน้ำบรรจุกวักเพราะเห็นว่ามีความสะอาดกว่าน้ำประปาหรือ  
 น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ

คำตอบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ๔ - ๒๕

ด้านน้ำฝน น้ำประปาสะอาดก็มักจะเลิกใช้น้ำบรรจุขวด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๔๑	๖๑.๓
เห็นด้วย	๓๓	๒๕.๐
ไม่มีความเห็น	๑	๐.๘
ไม่เห็นด้วย	๑๕	๑๑.๘
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๒	๑.๕
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔ - ๒๕ ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงทัศนคติต่อความสะอาดของน้ำบริโภคอย่างชัดเจนว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เน้นถึงความสะอาดของน้ำที่บริโภคมากกว่าอย่างอื่น จากแบบสอบถามซึ่งถามความเห็นเชิงเสนอแนะว่า ถ้าหากมีน้ำฝน น้ำประปา หรือน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติมีความสะอาดกว่าปัจจุบัน ก็ควรเลิกใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดที่ใช้อยู่แล้วใช้น้ำจากการประปา น้ำฝน หรือจากแหล่งธรรมชาติแทน ผู้ตอบส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ ๘๖.๓ มีความเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่ง แสดงว่าการที่ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามได้ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดอยู่นานนี้เพราะเหตุที่ไม่มีน้ำฝน น้ำประปา หรือน้ำจากแหล่งธรรมชาติสะอาดพอที่จะบริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามประมาณร้อยละ ๑๒.๙ ยังคงเห็นว่าไม่เลิกบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวด แม้ว่าน้ำฝน น้ำประปา หรือน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติจะมีความสะอาดกว่าปัจจุบันที่เป็นเช่นนี้อาจพิจารณาได้ว่า ผู้ตอบกรณีนี้ นอกจากเน้นในด้านความสะอาดแล้วยังต้องการความสะดวกในการใช้น้ำบรรจุขวดเป็นน้ำบริโภคด้วย หรืออาจไม่เชื่อมั่นอย่าง

สนิทใจว่า น้ำประปาหรือน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติจะมีความสะอาดจริง

**ข้อ ๒๔** น้ำบริโภคบรรจุขวดที่จำหน่ายอยู่ มีคุณภาพพอ ๆ กันทุกยี่ห้อ เพื่อสำรวจความเห็นของผู้บริโภคว่า การเลือกใช้น้ำยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง มีสาเหตุมาจากคุณภาพของน้ำหรือไม่

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๒๖

น้ำบรรจุขวดทุกยี่ห้อที่มีคุณภาพพอ ๆ กันทั้งนั้น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๖๘	๕๑.๕
เห็นด้วย	๓๘	๒๘.๘
ไม่มีความเห็น	๒๒	๑๖.๓
ไม่เห็นด้วย	๔	๓.๐
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	๐.๐
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔ - ๒๖ ผู้เขียนได้สอบถามผู้บริโภคผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำบริโภคบรรจุขวดที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด จำนวน ๕ - ๖ ยี่ห้อ ในปัจจุบัน ในจังหวัดนครราชสีมา โดยผู้เขียนอนุมานว่า ผู้ตอบแบบบริโภคน้ำบรรจุขวดมาแล้วมากกว่า ๑ ยี่ห้อ ทั้งนี้จากการสังเกตการณ์ ไล่พบว่าร้านอาหารและภัตตาคารได้ใช้น้ำบรรจุ



จรรยาบรรณให้แก่อุทสาหกรรมอาหารเกือบทุกราย แทนการใช้น้ำชาติที่เคยใช้  
 มาแต่เดิม? ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๐๖ คน จาก ๑๓๒ คน หรือเท่ากับร้อยละ  
 ๘๐.๓ เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า น้ำบริโภคบรรจุขวดทุกยี่ห้อที่มีคุณภาพพอ ๆ กัน  
 ความเห็นเช่นนี้อาจอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อว่า ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดจะ  
 ต้องได้รับอนุญาตจากทางราชการให้ผลิตจำหน่ายน้ำบริโภคได้ก็ต่อเมื่อได้ผ่านการตรวจ  
 สอบจนได้มาตรฐานและมีคุณภาพตามที่ทางราชการกำหนดแล้วเท่านั้น จึงเชื่อว่าทุกชนิด  
 จะต้องมีคุณภาพใกล้เคียงกัน มีผู้ตอบเพียงร้อยละ ๓.๐ เท่านั้นที่เห็นว่าแต่ละยี่ห้อที่มีคุณภาพ  
 ต่างกัน แต่ก็มีอีกร้อยละ ๑๖.๓ ไม่มีความเห็นหรือไม่ทราบว่าน้ำชนิดใดมีคุณภาพแตกต่าง  
 กันหรือไม่อาจเป็นเพราะไม่เคยบริโภคมากกว่ายี่ห้อที่ใช้อยู่ปัจจุบัน

ข้อ ๒๕ ท่านจะเปลี่ยนไปใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดของบริษัทที่มีของแถมหรือแจก เพราะ  
บริษัทที่ท่านเป็นลูกค้าอยู่ไม่มีของแถม ข้อนี้ ประสงค์จะทราบความเห็นของผู้  
 บริโภคว่าการมีของแถมของแจก จะสนใจให้คนนิยมสินค้าให้มากน้อยเพียงใด

คำตอบ



สัมภาษณ์ นายอาไซ แซ่ฉี่, ผู้จัดการโรงแรมศรีพินา จ.นครราชสีมา,  
 ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๒๓



ตารางที่ ๔ - ๒๗

จะใช้น้ำของบริษัทที่มีของแถมของแจก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นถ้วยอย่างยิ่ง	๑๖	๑๒.๑
เห็นถ้วย	๒๗	๒๐.๕
ไม่มีความเห็น	๒๒	๑๖.๗
ไม่เห็นถ้วย	๔๕	๓๓.๑
ไม่เห็นถ้วยอย่างยิ่ง	๑๘	๑๓.๖
รวม	๑๓๘	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔ - ๒๗ แสดงให้เห็นค่อนข้างชัดเจนว่า ผู้บริโภคน้ำบริโภค บรรจุกวส่วนใหญ่ไม่เห็นถ้วยกับการที่จะเปลี่ยนไปใช้น้ำบริโภคบรรจุกวของบริษัทที่มี ของแจกหรือมีของแถมพกในการบริโภค คือมีผู้ตอบว่าไม่เห็นถ้วยจำนวนร้อยละ ๓๓.๑ และไม่เห็นถ้วยอย่างยิ่งถึงร้อยละ ๑๓.๖ จากการสัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสอบถามในรายที่ตอบ ว่าไม่เห็นถ้วยและที่ตอบว่าไม่เห็นถ้วยอย่างยิ่งถึง เหตุผลที่ไม่เปลี่ยนแปลงการบริโภค กัง- กล่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากตอบว่าคุณภาพของน้ำและการให้บริการของบริษัทผู้ ผลิตจำหน่าย เป็นเรื่องสำคัญกว่าของแจกหรือของแถม

ในคำถามในทัศนะดังกล่าวนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าจะเปลี่ยนไป ใช้น้ำบริโภคบรรจุกวของบริษัทที่มีของแจกหรือของแถมจำนวนร้อยละ ๓๒.๖ ซึ่งก็นับว่า เป็นจำนวนค่อนข้างมากเช่นเดียวกัน ในความเห็นเดียวกันนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอีก จำนวนร้อยละ ๑๖.๗ ยังไม่มีความแน่ใจว่าจะเปลี่ยนไปใช้น้ำบริโภคชนิดที่มีของแจกของ แถมหรือไม่

ข้อ ๒๖ การเลือกบริโภค ผ่านเลือกบริโภคน้ำที่มีคุณภาพตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข และของกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อสำรวจว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อเรื่องคุณภาพของน้ำบริโภคบรรจุขวดอย่างไร

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๒๔

จะเลือกบริโภคน้ำที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๕๔	๕๓.๕
เห็นด้วย	๕๕	๕๑.๗
ไม่มีความเห็น	๑๕	๑๔.๘
ไม่เห็นด้วย	-	๐.๐
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	๐.๐
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

โดยปกติผู้บริโภคมักจะเลือกบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งได้มาตรฐานสากลหรือได้มาตรฐานตามที่ทางราชการกำหนด ซึ่งเป็นความเชื่อถือว่า สินค้าที่มีคุณภาพเข้ามาตรฐานดังกล่าวเป็นสินค้าที่บริโภคได้ปลอดภัย และมีประโยชน์ตามควรแก่กรณี

จากตารางที่ ๔ - ๒๔ ผู้บริโภคตอบแบบสอบถามแสดงความเห็นต่อการเลือกบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดที่ได้มาตรฐานตามที่ทางราชการกำหนด ผลการสำรวจปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก หรือประมาณร้อยละ ๕๕.๖ เห็นด้วยกับการเลือกใช้น้ำบริโภคบรรจุขวด ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานของทางราชการ หรือตามที่ทางราชการกำหนด

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ๑๓๒ ราย มีผู้ตอบ ๑๔ ราย หรือประมาณร้อยละ ๑๐.๕ ตอบว่าไม่มีความเห็นทั้ง ๆ ที่ควรจะเห็นด้วย ผู้เขียนได้ขอสัมภาษณ์เพิ่มเติมเพื่อขอทราบความคิดเห็น ในกรณีนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามแจ้งว่า การกำหนดระดับมาตรฐานของทางราชการเป็นเรื่องดี แต่การปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ในเรื่องนี้ เท่าที่ได้ทราบจากผู้สังเกตและจากข่าว ทราบว่าไม่ได้ให้ความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้สังเกตเท่าที่ควร จึงมีผู้สังเกตทำการยักยอกการยักยอกโดยไม่ให้อ่านการรับรองจากทางราชการ แต่ได้ยักยอกนำบริโภคที่มีคุณภาพสูง และมีกรรมวิธีที่ทันสมัย จึงเห็นว่าไม่จำเป็นต้องเจาะจงเฉพาะนำบริโภคที่ทางราชการรับรองเสมอไป

ข้อ ๒๗ ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้บริโภคนำบริโภคบรรจุขวด ข้อนี้ เพื่อสำรวจว่า การเผยแพร่บริโภคบรรจุขวด โดยทางผู้บริโภคเองจะคุ้มค่าเพียงใด

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๒๕

คิดว่าน่าจะแนะนำให้ผู้อื่นบริโภคนำบริโภคบรรจุขวด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๒๖	๑๙.๗
เห็นด้วย	๕๒	๓๙.๔
ไม่มีความเห็น	๑๕	๑๑.๓
ไม่เห็นด้วย	๓๑	๒๓.๕
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๑๘	๑๓.๖
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔ - ๒๗ ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อกรณีที่ว่าผู้  
ตอบซึ่งเป็นผู้บริหารโลกบรจชวคอยู่แล้ว ควรจะแนะนำให้ผู้อื่นได้บริหารโลก  
บรจชวค เช่นเดียวกับตน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หรือประมาณร้อยละ ๕๑.๕ มี  
ความเห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าควรจะให้เผยแพร่ให้ผู้อื่นที่ยังไม่เคยบริหารโลก ได้  
บริหารโลกด้วยเช่นเดียวกับตน

กรณีเดียวกัน ผู้ตอบแบบสอบถามอีกจำนวนประมาณร้อยละ ๓๔.๑ มีความเห็น  
ในทางซัดแย้ง คือเห็นว่าไม่ควรเผยแพร่ให้ผู้อื่นโดยตนเองเป็นผู้เผยแพร่ ผู้ตอบส่วน  
มากที่มีความเห็นดังกล่าวนี้ เห็นว่า ควรเป็นเรื่องของผู้จำหน่ายหรือผู้ผลิตที่จะมาชัก  
ชวนเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ต่อผู้บริหารโลกเอง เพราะถ้าคนไปเผยแพร่ให้แล้ว ถ้าผู้ที่  
เชื่อและบริหารโลกความได้พบกับความซัดข้องหรือไม่พอใจ แล้วก็จะเป็นการเสียหายแก่คน  
เอง ในกรณีเดียวกันนี้ มีผู้ตอบที่ไม่แสดงความเห็นร้อยละ ๑๔.๔ ผู้เขียนได้สอบถาม  
เพิ่มเติมถึงเหตุผลที่ตอบว่าไม่มีความเห็น ผู้ตอบแสดงเหตุผลว่าจะต้องรอดูผลการใช้น้ำ  
บริหารโลกบรจชวค ที่คนใช้ขณะนั้นไปอีกระยะหนึ่งก่อนจึงจะตอบได้ว่า ควรแนะนำผู้อื่น  
หรือไม่

ข้อ ๒๔ ระยะเวลาที่บริหารโลกบรจชวค เพื่อสำรวจว่าผู้ตอบแบบสอบถามบริหารโลกน้ำ  
ประเภทนี้มานานเท่าไร

คำตอบ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ ๔ - ๓๐

ระยะเวลาที่บริโภค	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เกินกว่า ๒ ปี	๑๖	๑๒.๓
ระหว่าง ๑ - ๒	๔๑	๓๐.๘
ระหว่าง ๖ เดือน - ๑ ปี	๔๓	๓๕.๕
ต่ำกว่า ๖ เดือน	๒๘	๒๑.๕
รวม	๑๒๘	๑๐๐.๐

น้ำบริโภคบรรจุขวดเริ่มแพร่หลายมากในระยะ ๓ - ๕ ปีที่ผ่านมา ผู้ตอบร้อยละ ๑๒.๓ บริโภคน้ำชนิดนี้มาเป็นเวลานานกว่า ๒ ปี ถ้ารวมผู้ที่บริโภคตั้งแต่ ๑ ปีขึ้นไปถึง ๒ ปี จำนวนร้อยละ ๓๐.๘ ค่ายแล้วจะเห็นว่าตัวเลขจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๔๓.๑ ในระยะ ๖ เดือน ถึง ๑ ปี ที่ผ่านมานี้มีผู้บริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดมากถึงร้อยละ ๓๕.๕ และผู้ตอบที่ตอบว่าเพิ่งเริ่มบริโภคในระยะ ๖ เดือนที่ผ่านมานี้มีจำนวนร้อยละ ๒๑.๕ ตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นแนวโน้มว่า การบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

ข้อ ๒๕ การบริการในการจำหน่าย เพื่อสำรวจว่าผู้บริโภคได้รับน้ำบริโภคบรรจุโดยวิธีใด

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๓๑

การซื้อน้ำบริโภคบรรจุขวด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ผู้ผลิตนำมาส่งที่บ้าน	๑๑๗	๘๕.๐
ไปซื้อและนำมาเอง	๖	๔.๕
ทั้งสองวิธี	๕	๖.๕
รวม	๑๓๘	๑๐๐.๐

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถึงร้อยละ ๘๕.๐ บริโภคน้ำบรรจุขวดโดยผู้ผลิตจำหน่ายนำมาส่งให้ถึงบ้าน ซึ่งไม่น่าแปลกใจ เพราะผู้ผลิตจำหน่ายทุกบริษัทต่างก็ได้พยายามแข่งขันในด้านการให้บริการ และจำหน่ายมากอยู่แล้ว ดังนั้น จำนวนผู้ที่ตอบว่าไปซื้อและนำมาเองจึงมีจำนวนเพียงร้อยละ ๔.๕ ผู้ตอบอาจจะอยู่ในพื้นที่ที่ผู้ผลิตไม่สามารถนำไปส่งให้ หรืออยู่นอกเส้นทางนำไปส่งได้ หรืออยู่นอกเส้นทางจำหน่าย แต่ก็ยังมีผู้ตอบร้อยละ ๖.๕ ตอบว่า บางครั้งก็ไปซื้อเอง บางครั้งผู้ผลิตก็นำมาส่ง คำตอบข้อนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ผู้ผลิตจำหน่ายได้พยายามมากที่จะขนส่งให้ถึงบ้านผู้บริโภคให้มากที่สุด เพราะเป็นวิธีหนึ่งในการแข่งขันในค่านจำนวนขายระหว่างผู้ผลิตจำหน่ายเอง

ข้อ ๓๐ ปริมาณน้ำที่บริโภคต่อสัปดาห์ เพื่อสำรวจปริมาณการใช้น้ำบริโภค

คำตอบ

## ตารางที่ ๔ - ๓๒

ปริมาณน้ำที่บริโภคต่อสัปดาห์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
๑ - ๒๐ ลิตร	๖	๔.๖
๒๑ - ๔๐ ลิตร	๒๓	๑๗.๕
๔๑ - ๖๐ ลิตร	๓๒	๒๔.๒
๖๑ - ๘๐ ลิตร	๕๖	๔๒.๕
๘๑ - ๑๐๐ ลิตร	๑๒	๙.๑
เกินกว่า ๑๐๐ ลิตร	๓	๒.๓
รวม	๑๓๒	๑๐๐.๐

จากผลการสำรวจได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนร้อยละ ๔๒.๕ บริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวด ปริมาณ ๖๑ - ๘๐ ลิตรต่อสัปดาห์ และผู้ตอบแบบสอบถามอีกร้อยละ ๒๔.๒ บริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดปริมาณ ๔๑ - ๖๐ ลิตรต่อสัปดาห์ จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รวมประมาณร้อยละ ๖๖.๖ บริโภคน้ำบรรจุขวดนี้ ในระหว่าง ๔๑ - ๘๐ ลิตรต่อสัปดาห์ ซึ่งนับว่าเป็นปริมาณค่อนข้างสูง แต่เมื่อเฉลี่ยตลอดสัปดาห์ (๗ วัน) ต่อครอบครัว (สมาชิก ๓ คน) การบริโภคน้ำบรรจุขวดจะเป็นประมาณ ๐.๔๓ - ๑.๒๒ ลิตรต่อวัน ในกรณีนี้หมายความว่า แต่ละสมาชิกในครอบครัวใช้ดื่มเพียงอย่างเดียว แต่ในข้อเท็จจริง บางครอบครัวได้ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดในการปรุงอาหาร หุงข้าว และซักล้างด้วย ซึ่งจะไ้กล่าวต่อไป



ข้อ ๓๑ ลักษณะการใช้น้ำบริโภคบรรจุขวด เพื่อสำรวจผู้ครอบแบบสอบถามใช้น้ำบริโภค  
บรรจุขวดไปในทางอื่นนอกจากใช้ดื่มตามปกติบ้างหรือไม่

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๓๓

ลักษณะการใช้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ใช้สำหรับดื่มอย่างเกี่ยว	๑๑๒	๔๘.๖
ใช้หุงข้าวและทำอาหารถ้วย	๑๘	๑๐.๕
ใช้ทำอาหารและซักผ้าถ้วย	๒	๑.๖
อื่น ๆ	๘	๓.๐
รวม	๑๓๐	๑๐๐.๐

จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๔๘.๖ ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดเพื่อดื่มเพียงอย่างเดียว ที่เป็นดังนี้อาจเนื่องมาจากน้ำบริโภคบรรจุขวดมีราคาค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับน้ำจากสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา การนำมาใช้ทำอย่างอื่นถ้วยจะเป็นการฟุ่มเฟือย แต่ก็ยังปรากฏว่าผู้บริโภคอีกจำนวนร้อยละ ๑๐.๕ ตอบว่า นอกจากใช้ดื่มแล้วยังใช้หุงข้าวและทำอาหารถ้วย และอีกจำนวนเล็กน้อยคือร้อยละ ๑.๖ ใช้ทำอาหารและซักล้างถ้วย สาเหตุอีกประการหนึ่ง ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดสำหรับดื่มอย่างเดียวก็น่าจะเนื่องมาจากประชาชนสามารถใช้น้ำประปา หรือน้ำบ่อ น้ำคลอง ใช้ในการหุงหาอาหาร อาบ และซักล้างได้โดยสะดวกอยู่แล้ว แต่สำหรับรายที่ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดในการปรุงอาหารและซักล้างถ้วยนั้น อาจเป็นเพราะไม่มีน้ำประปา หรืออาจเป็นผู้ที่ระวังรักษาสุขภาพมากก็เป็นได้

ข้อ ๓๒ ถามว่าจะบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดต่อไปอีกนานเท่าไร เพื่อสำรวจความเห็น  
ว่า การบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดในอนาคตจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง

ค่าตอบ

ตารางที่ ๔ - ๓๘

ระยะเวลาที่จะบริโภคต่อไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จะบริโภคต่อไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะไม่มีขาย	๑๘	๑๘.๘
ถ้ามีน้ำอื่น (น้ำฝน ประปา) ดื่อกว่าก็จะเลิก	๘๓	๗๐.๘
จะเลิกไปอีกระยะหนึ่งก็จะเลิก	๑๒	๘.๑
จะเลิกใช้เร็ว ๆ นี้	๘	๖.๑
อื่น ๆ	-	๐.๐
รวม	๑๓๑	๑๐๐.๐

ผู้ตอบส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเลิกบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวด ถ้าหากมีน้ำบริโภคชนิดอื่นดื่อกว่า เช่น มีน้ำฝนหรือน้ำประปาที่ดื่อกว่าน้ำบรรจุขวด มีจำนวนสูงมากถึง ร้อยละ ๗๐.๘ หรือจำนวน ๘๓ คน ใน ๑๓๑ คน รองลงมาเห็นว่าจะยังคงใช้ต่อไปเรื่อย ไม่มีกำหนดจนกว่าจะหมดคนผลิตหมดคนขาย จำนวนนี้มีถึงร้อยละ ๑๘.๘ ส่วนความเห็นอื่นมีเพียงเล็กน้อย



ในที่นี้จึงขอขอร้องว่า ทรายที่ประชาชนยังไม่สามารถรองเอาน้ำฝน  
มาเก็บไว้บริโภคได้ หรือทรายที่น้ำจากบริการสาธารณสุขยังคงไม่ปกติ หรือ  
ยังไม่มีประชาชนแน่ใจในความสะดวกเหมาะสมอยู่ ทรายนั้นประชาชนประมาณร้อยละ  
๔๔.๔ จะยังคงบริโภคน้ำบรรจุขวดต่อไป

ข้อ ๓๓ ความเห็นของผู้ที่ยังไม่เคยใช้ เพื่อสำรวจว่าผู้ที่ไม่เคยใช้จะมีความเห็นอย่างไร

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๓๕

ความเห็นของผู้ที่ไม่เคยใช้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จะรีบไปซื้อมาทดลองใช้	๒	๕.๑
คิดว่าน่าจะลองใช้ดูบ้าง	๒๔	๙๔.๙
จะยังไม่ใช้แต่จะคอยดูก่อน	๑	๑๓.๙
จะไม่ใช้เพราะไม่จำเป็น	๑	๒.๖
ไม่สนใจเลย	-	๐.๐
รวม	๓๘	๑๐๐.๐๐

อันที่จริงจำนวนของผู้ที่ไม่เคยใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดมีเพียง ๓๘ ราย ใน  
จำนวน ๓๔๔ ราย ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนเล็กน้อยไม่น่าจะนำมาพิจารณา แต่ผู้เขียนมี  
ความสนใจว่า กลุ่มนี้ถ้าหากเขาได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับน้ำบริโภคบรรจุขวดแล้วจะมี  
ความเห็นอย่างไร ก็ได้พบว่ากลุ่มใหญ่ที่สุด คือร้อยละ ๙๔.๙ ตอบว่า คิดว่าจะลองใช้

ดูบ้าง และมีเพียงรายเดียวที่ตอบว่าจะไม่ใช้ เพราะไม่จำเป็น กรณีนี้อาจอนุมานได้  
ว่า ถ้าหากผู้ผลิตได้เผยแพร่โฆษณาให้ผู้บริโภคได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับน้ำบริโภคบรรจุ  
ขวดบ้างแล้วอาจจะมีจำนวนผู้บริโภคมากขึ้นก็ได้

ข้อ ๓๔ ความสะดวกในการจัดหาและบริโภคน้ำจากสาธารณูปโภค (น้ำประปา) และ  
น้ำจากแหล่งธรรมชาติ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่ไม่ได้รับการบริโภคน้ำ  
บรรจุขวด ในเรื่องความสะดวกของการบริโภคน้ำจากสาธารณูปโภคและจาก  
แหล่งน้ำธรรมชาติ

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๓๖

การบริโภคน้ำประปาและน้ำธรรมชาติ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีความสะดวกมากที่สุด	-	๐.๐
มีความสะดวกพอควร	๔๕	๔๒.๑
ไม่มีความเห็น	๒๑	๑๐.๖
ไม่ค่อยสะดวกนัก	๓๕	๓๓.๑
ไม่สะดวกเลย	๒๐	๑๐.๒
รวม	๑๔๑	๑๐๐.๐

ผู้ที่ยังคงใช้น้ำจากสาธารณูปโภค และน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติบริเวณเพียง  
 อย่างเดียว ซึ่งมีจำนวนผู้ตอบ ๑๕๕ ราย มีผู้ที่เห็นว่ายังมีความสะดวกพอควรอยู่ร้อยละ ๔๖.๑ หรือเท่ากับ ๕๔ ราย ส่วนผู้ที่ตอบว่าไม่มีความสะดวกนั้นรวมกันได้ คือ จะ  
 เห็นได้ว่าแม้แต่ผู้ที่ถนัดบริโภคน้ำจากสาธารณูปโภคหรือน้ำจากแหล่งธรรมชาติ ส่วนใหญ่  
 ก็ยังยอมรับว่าไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร และเป็นที่น่าสังเกตว่า ไม่มีผู้ใดตอบว่า  
 มีความสะดวกมากที่สุดเลยสักรายเดียว

ข้อ ๓๕ ถามความเห็นของผู้ที่ไม่ได้รับความสะดวกเหล่านั้นว่าจะหันมาใช้น้ำบริโภค  
บรรจุขวดแทนหรือไม่ โดยให้เลือกระดับความเห็นแทนคำตอบ

คำตอบ

ตารางที่ ๔ - ๓๗

จะหันไปใช้น้ำบริโภคบรรจุขวด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เห็นควยอย่างยิ่ง	๓	๒.๕
เห็นควย	๔๑	๒๖.๑
ไม่มีความเห็น	๑๗	๑๑.๔
ไม่เห็นควย	๑	๑.๒
ไม่เห็นควยอย่างยิ่ง	-	๐.๐
รวม	๑๐๒	๑๐๐.๐

มีผู้ตอบคำถามข้อนี้จำนวน ๑๐๒ ราย มีผู้ที่มีความเห็นคล้ายคำถามในข้อ  
นี้ว่า เมื่อไม่ได้รับความสะดวกจากบริการสาธารณสุขโลก และการใช้น้ำจากแหล่งธรรม  
ชาติ ก็น่าจะไปใช้น้ำบริโคมบรรจุขวดแทนนี้ จำนวน ๔๔ ราย หรือเท่ากับร้อยละ ๔๓  
มีผู้ไม่เห็นด้วยเพียง ๑ รายเท่านั้น อีก ๑๗ ราย หรือร้อยละ ๑๖.๔ ไม่แสดงความเห็น  
สรุปข้อนี้ได้ว่า ผู้บริโภคต้องการจะใช้น้ำบริโคมบรรจุขวดแทนน้ำจากสาธารณสุขโลกและ  
น้ำจากแหล่งธรรมชาติอยู่แล้ว

### สรุปและวิเคราะห์คำตอบในส่วนที่ ๒

ความมุ่งหมายของแบบสอบถามในส่วนที่ ๒ มุ่งสำรวจและรวบรวมข้อเท็จจริง  
และทัศนคติหรือความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของการบริโคน้ำบริโคม  
บรรจุขวด และหาสาเหตุของใจของการที่มาใช้บริโคมบรรจุขวด ตลอดจนวิเคราะห์หา  
มีปัจจัยใดบ้างที่จะเป็นอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโคน้ำบริโคมบรรจุขวด และแนวโน้มใน  
การบริโคมในอนาคตจะเป็นอย่างไร

จากแบบสอบถามที่มีผู้ตอบโดยสมบูรณ์ รวมทั้งสิ้น ๓๔๔ ฉบับนั้น เมื่อถึงคำตอบ  
ในส่วนที่ ๒ ซึ่งเป็นการสอบถามเฉพาะเจาะจงลงไปถึงรายที่รู้จักคุ้นเคยกับน้ำบริโคมบรรจุ  
ขวด จนถึงรายที่บริโคน้ำบริโคมบรรจุขวดอยู่แล้ว จำนวนรวมของผู้ตอบจึงลดลงจาก  
จำนวนทั้งสิ้น ๓๔๔ เหลือ ๓๐๕ เฉพาะรายที่รู้จักคุ้นเคยกับน้ำบริโคมบรรจุขวด และ ๑๗๒  
เฉพาะรายที่บริโคน้ำบริโคมบรรจุขวดอยู่แล้ว

จากคำตอบในแบบสอบถามทั้งสิ้น ๒๓ ข้อ สรุปและวิเคราะห์ได้ดังนี้

๑. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซึ่งได้ตอบว่าเป็นผู้ที่บริโคน้ำบริโคมบรรจุ  
ขวดอยู่แล้วจำนวนร้อยละ ๓๑.๔ บริโคน้ำชนิดนี้ในครอบครัวของคน เนื่องจากจากได้  
เคยบริโคมมาแล้วจากสถานที่อื่น จึงทราบถึงผลิตภัณฑ์และคุณภาพของน้ำชนิดนี้ และสั่งซื้อ  
มาบริโคมในครอบครัว สถานที่เคยบริโคมมาก่อนมักระบุว่า ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือ

สถานที่ทำงานของผู้ตอบ กรณีเช่นนี้อาจอธิบายได้ว่า น้ำบริโภคบรรจุขวดนั้นได้เริ่มแพร่หลายมาจากสถานที่ต่าง ๆ เช่น โรงแรมชั้นสูง ภัตตาคาร ร้านอาหารระดับสูง หรือสถานที่บริการและตามสำนักงานหรือสถานพยาบาล ผู้ที่ได้เคยบริโภคมาแล้วจึงได้มีความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์ และในเรื่องคุณภาพ และได้สั่งซื้อน้ำบริโภคในครอบครัว

๒. ในจำนวนผู้ที่ยังไม่เคยบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวด เมื่อได้ทราบจากการที่ผู้เขียนได้เข้าไปออกแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คิดว่าน่าจะลองสั่งซื้อน้ำบริโภคดูบ้างเป็นจำนวนถึงร้อยละ ๙๙.๐ ซึ่งผู้เขียนคิดว่าเป็นแนวโน้มสูงที่ผู้ผลิตภัณฑ์จำหน่ายจะเข้าถึงได้ และทำให้ปริมาณการจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้นได้

๓. ในการบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดนั้น ผู้บริโภคร้อยละ ๔๙.๖ เลือกหรือตัดสินใจบริโภค เพราะเชื่อถือในเรื่องความสะอาดบริสุทธิ์ของน้ำบริโภค ผู้บริโภคร้อยละ ๔๕.๖ จะจริงที่จะบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดที่ทางราชการรับรองหรือชนิดที่ได้มาตรฐานของทางน้ำประปา น้ำฝน หรือน้ำจากแหล่งธรรมชาติใด ๆ มีความสะอาดเหมาะที่จะบริโภคมากกว่านี้ ก็จะเลิกใช้น้ำบรรจุขวดและเปลี่ยนไปบริโภคน้ำชนิดนั้น ๆ แทน

๔. ผู้บริโภคส่วนใหญ่หรือจำนวนร้อยละ ๒๕.๓ ได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับน้ำบริโภคบรรจุขวด จากการติดต่อดังตรงของผู้ผลิตและจำหน่าย รองลงมาคือร้อยละ ๒๔.๒ ทราบจากการที่มีผู้อื่นแนะนำให้ใช้ ส่วนที่ทราบจากการโฆษณาเพียงร้อยละ ๑.๔ เท่านั้น

ในการใช้ผู้บริโภควัยกันเองเป็นสื่อโฆษณาเผยแพร่ น้ำบริโภคบรรจุขวดไปถึงกันนั้น จากการสำรวจพบว่าอาจประสบความสำเร็จ เพราะมีผู้ที่คิดว่าจะเผยแพร่แนะนำให้ผู้อื่นบริโภคด้วยร้อยละ ๕๐.๕

๕. ในคํานการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่หรือพอใจในการให้บริการที่สะอาด และรวดเร็วของผู้ผลิตจำหน่าย เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อว่าน้ำบริโภคบรรจุขวดส่วนใหญ่จะมีคุณภาพพอ ๆ กับทุกบริษัท

๖. จากการสำรวจความเห็นของผู้บริโภค ได้พบว่า การให้ของแถมหรือแจกรัสิ่งของให้กับผู้บริโภคไม่เป็นที่ รุ่งใจให้ผู้บริโภคหันมานิยมน้ำบริโภคบรรจุขวดได้มากนัก เพราะผู้บริโภคมักจะพึงพอใจในคํานบริการและคํานความสะอาดบริสุทธิ์มากกว่า นอกจากนั้นผู้บริโภคยังมีความเห็นเป็นส่วนใหญ่ว่า การคุ้นเคยรู้จักกับเจ้าของหรือผู้ผลิตจำหน่ายไม่ได้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกบริโภคมากนัก แต่อาจเป็นสิ่งรุ่งใจได้พอ ๆ กับบริการโฆษณา

๗. ในเรื่องราคาของน้ำบริโภคบรรจุขวด ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าราคาที่จำหน่ายอยู่ในขณะนี้ เป็นราคาที่มีความเหมาะสมอยู่แล้ว แม้ว่าในอนาคตน้ำบริโภคบรรจุขวดที่บริโภคอยู่จะมีราคาแพงขึ้นไปอีก ผู้บริโภคก็ยังจะพิจารณาและคิดว่าจะบริโภคต่อไปยังไม่เลิกใช้โดยสิ้นเชิง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันน้ำบริโภคที่สะอาดบริสุทธิ์เป็นสิ่งที่ค่อนข้างหายากในเมือง ไม่ว่าจะเป็น้ำประปา น้ำฝน หรือน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ อีกทั้งภาวะทางเศรษฐกิจซึ่งเพิ่มสูงขึ้นตลอดเวลาจากผลกระทบของการปรับราคาน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นสิ่งที่ประชาชนทั่วไปยอมรับสภาพและเชื่อว่าการปรับราคาของสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นสิ่งจำเป็นและหลีกเลี่ยงไม่พ้น การขึ้นราคาของน้ำบริโภคบรรจุขวดจึงเป็นเรื่องปกติ เช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป

๘. ประชาชนที่เคยตอบแบบสอบถามร้อยละ ๓๕.๘ คืมน้ำบริโภคบรรจุขวดมาแล้วเป็นเวลาระหว่าง ๖ เดือน ถึง ๑ ปี

๙. ผู้บริโภคตอบว่าได้รับน้ำบริโภคบรรจุขวดโดยมีผู้ผลิตจำหน่ายนำมาส่งถึงบ้าน ร้อยละ ๔๔.๐



๑๐. ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๔๒.๘ บริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดในระหว่าง ๒๑ - ๔๐ ลิตรต่อสัปดาห์

๑๑. ลักษณะการใช้น้ำบริโภคบรรจุขวด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม ประมาณร้อยละ ๔๔.๖ ใช้น้ำดื่มเพียงอย่างเดียว ที่เหลือใช้ปรุงอาหารและซักล้างหรือกิจกรรมอื่น

๑๒. ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๔๔.๕ ตอบว่าเลือกบริโภคน้ำบรรจุขวด เพราะเชื่อในความสะอาด กับอีกร้อยละ ๔๐.๑ ตอบว่าเลือกบริโภคน้ำบรรจุขวดเพื่อชอบในเรื่องความสะอาด

๑๓. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ ๗๐.๔ มีความเห็นว่า ถ้าหากมีน้ำประปาที่สะอาดบริสุทธิ์ หรือน้ำฝนที่สามารถบริโภคได้โดยสะดวกกว่าปัจจุบันนี้ อาจจะเลิกดื่มน้ำบริโภคบรรจุขวด แล้วหันไปดื่มน้ำประปาหรือน้ำฝนแทน

๑๔. ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้น้ำประปาหรือน้ำฝนเป็นประจำ ส่วนใหญ่ตอบว่า ได้รับความสะอาดพอสมควร ซึ่งมีจำนวนร้อยละ ๔๒.๑ และจำนวนร้อยละ ๓๗.๑ ตอบว่าไม่ได้รับความสะอาด เปรียบเทียบดูแล้วมีจำนวนใกล้เคียงกันมาก ผู้ที่ได้รับความสะอาดในการใช้น้ำประปาจะเป็นผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาลเป็นส่วนใหญ่

๑๕. ในจำนวนผู้ที่ตอบว่าไม่ได้รับความสะอาดจากการใช้น้ำประปาหรือน้ำฝน ซึ่งมีจำนวน ๑๐๒ ราย มีความเห็นว่า น้ำจะเปลี่ยนมาบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดประมาณร้อยละ ๔๒ หรือเท่ากับจำนวน ๔๔ ราย และมีผู้ไม่เห็นด้วยและไม่แสดงความคิดเห็น ๑๔ ราย หรือร้อยละ ๑๔ คำตอบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประสงค์จะบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดอยู่แล้ว

๑๖. ในบรรดาน้ำบรรจุขวดที่มีจำหน่ายจำนวนประมาณ ๖ ชนิด (ยี่ห้อ) ผลการสำรวจพบว่า น้ำกิมยี่ห้อเพิร์ชกุล ซึ่งผลิตจำหน่ายเป็นบริษัทแรกในนครราชสีมา มีผู้ตอบแบบสอบถาม นิยมกิมประจำร้อยละ ๓๒.๓ รองลงมาคือ ในแองการ่า มีคนกิมร้อยละ ๒๑.๕

ตอนที่ ๒ สัมภาษณ์ผู้บริโภคชั้นกลาง

นอกจากแบบสอบถามดังกล่าวแล้ว ผู้เขียนได้กำหนดคำถามชุดหนึ่ง เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายน้ำบริโภคน้ำบรรจุขวด ตามร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม และสถานบริการต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นผู้บริโภคชั้นกลาง คำถามที่กำหนดขึ้นนี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะสำรวจข้อเท็จจริงและความเห็นของผู้จำหน่ายในเรื่องต่าง ๆ คือ

- ๑. ยี่ห้อของน้ำที่จำหน่ายและมูลเหตุที่เลือกจำหน่ายน้ำชนิดนั้น
- ๒. ลักษณะการบริโภค และแนวโน้มการบริโภคของผู้ค้าในปัจจุบัน
- ๓. ความเห็นเกี่ยวกับการบริโภคน้ำบริโภคน้ำบรรจุขวดในอนาคต

คำถามเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้จำหน่ายปลึกนี้ ผู้เขียนได้กำหนดไว้ ๑๐ คำถาม แต่ในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ มักจะตอบและอธิบายคำตอบของแต่ละคำถาม, อย่างกว้างขวางและคลุมไปถึงคำถามอื่น ๆ ด้วย ส่วนใหญ่จึงไม่ได้ใช้ทั้งหมดทั้ง ๑๐ คำถาม การสัมภาษณ์แต่ละรายใช้เวลาระหว่าง ๑๕ - ๕๐ นาที ซึ่งผู้เขียนจะได้อธิบายถึงรายละเอียดต่อไป

ตอนที่ ๒

วิเคราะห์ทัศนคติของผูบริโภคชั้นกลาง

วัตถุประสงค์

ในตอนต้นของบทนี้ ผู้เขียนได้สำรวจและวิเคราะห์ทัศนคติของผูบริโภคชั้นสุดท้าย ที่มีค่อนำบริโภคบรรจขวกไปแล้ว ในตอนต่อไปของบทนี้ ผู้เขียนจะได้ทำการวิเคราะห์ทัศนคติของผูบริโภคชั้นกลาง ซึ่งเป็นผลจากการสัมภาษณ์เจ้าของผู้จัดการ ผู้ดำเนินการ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ที่สำคัญในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา เพราะถือว่าผูบริโภคเหล่านี้ มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินการทางด้านการตลาดของนำบริโภคบรรจขวก ในการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ทัศนคติของผูบริโภคที่มีค่อนำบริโภคบรรจขวกนี้ ผู้เขียนได้ตั้งวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นเป้าหมายในการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ไว้ดังนี้

- ๑. เพื่อทราบมูลเหตุจูงใจของผูบริโภคเหล่านี้ที่ได้ตัดสินใจเลือกและจำหน่ายนำบริโภคบรรจขวกชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลายชนิด (ยี่ห้อ)
- ๒. เพื่อทราบถึงลักษณะการตั้งราคาจำหน่ายส่งจากผู้ผลิตมาสู่ผูบริโภค และจากผูบริโภคชั้นกลางสู่ผูบริโภคชั้นสุดท้าย หรือลูกค้าของสถานที่ร้านอาหาร ภัตตาคาร
- ๓. เพื่อทราบถึงลักษณะการวางตลาดของผู้ผลิตนำบริโภคและการจำหน่ายหรือการใช้ของผูบริโภคชั้นกลาง
- ๔. เพื่อทราบถึงลักษณะการแข่งขัน และการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นำบริโภคบรรจขวก ของบริษัทผู้ผลิตว่า มีกลวิธีในการส่งเสริมอย่างไร และผูบริโภคชั้นกลางมีบทบาทในค่านี้อย่างไรบ้าง

## การ สัมภาษณ์และ ผู้ให้สัมภาษณ์

ในการ สัมภาษณ์ผู้บริโภครุ่นกลางนี้ ผู้เขียนได้ใช้วิธีสัมภาษณ์แบบสนทนา โดยตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า และระหว่างการสนทนาจึงสรรหาคำตอบไปในตัว เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามเป้าหมายทั้ง ๔ ข้อ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ดังได้กล่าวแล้วว่า ผู้เขียนได้คัดเลือกผู้บริโภครุ่นกลางเพื่อขอสัมภาษณ์นั้น โดยพิจารณาจากภัตตาคาร และร้านอาหารที่ใหญ่และสำคัญ ๆ หรือเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา เหตุที่เลือกเฉพาะภัตตาคาร และร้านอาหารที่ใหญ่และมีชื่อเสียงก็เพราะว่า ภัตตาคารและร้านอาหารเหล่านี้ ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน และร้านค้าพวกนี้เป็นแหล่งที่จำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวด เป็นปริมาณมากกว่าลูกค้าที่บริโภคตามบ้านเรือน จึงถือว่า ภัตตาคาร และร้านอาหารเหล่านี้เป็นตัวอย่างของภาวะการตลาด ของน้ำบริโภคบรรจุขวดในจังหวัดนครราชสีมา ได้เป็นอย่างดีอีกทางหนึ่ง

ผู้ให้สัมภาษณ์ และสถานการค้าที่ผู้เขียนได้เลือกสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการตลาดน้ำบริโภคบรรจุขวด ซึ่งขอล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ มีดังนี้คือ

๑. นายอาไซ แซ่ลี ผู้จัดการโรงแรมศรีพัฒนา จำกัด ถนนสุรนารี
๒. นายเอี่ยม ใจสำราญ เจ้าของภัตตาคารเสี้ยวเสี้ยว ถนนบัวรอง
๓. นายถาวร อัครทวี เจ้าของภัตตาคารไทยโภครักษ์ ถนนอัมพวงค์
๔. นางฉลวย นาวานุเคราะห์ เจ้าของร้านอาหารไทยโภชนา ถนนจอมสุรางค์ยาตร์

๕. นายบุญเรือง เสตะจิต ผู้จัดการโรงแรมโคราชไฮเทค และห้องอาหารเค.อาร์ ถนนอัมพวงค์

๖. นายสุรชัย ชีศวบูล เจ้าของและผู้จัดการโรงแรมจอมสุรางค์ ถนนจอมสุรางค์ยาตร์

๑. นางสมพิศ จันทร์เจียวใช้ เจ้าของสวนอาหารร่มเย็น ถนนจอม  
สุรางค์ยาตร์

๒. นายทินกร พงษ์วามี เจ้าของและผู้จัดการร้านอาหารเจริญโอชา  
ถนนมิตรภาพ

ผลที่ได้รับและการวิเคราะห์ผล

การสัมภาษณ์ผู้บริโภค ผู้เขียนได้ใช้เวลารวมทั้งสิ้นประมาณ ๑๐ ชั่วโมง  
เฉลี่ยเวลาการสัมภาษณ์ประมาณรายละ ๑ ชั่วโมง ๑๕ นาที ผลการสัมภาษณ์ และโดย  
การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ปรากฏดังต่อไปนี้

๑. ผู้ให้สัมภาษณ์ มีมูลเหตุจริงใจเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก และจำหน่าย  
น้ำบริโภคบรรจุขวด หลายประการคือ

๑.๑ ทิศนคติของลูกค้าของภัตตาคาร หรือร้านอาหารเกี่ยวกับน้ำดื่มได้  
เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยค้ำน้ำแข็งใส่น้ำชา มาเป็นการค้ำเครื่องดื่มบรรจุขวดประ-  
เภทน้ำอัดลมและน้ำบริโภคบรรจุขวด เข้าใจว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีส่วนสัมพันธ์  
กับความสะอาดบริสุทธิ์ของน้ำดื่มหลังอาหารหรือระหว่างอาหาร เพราะปรากฏในสื่อมวล  
ชนเป็นระยะว่าน้ำดื่มชนิดน้ำแข็งใส่น้ำชา มีเชื้อจุลินทรีย์ ที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค  
ได้ ด้วยเหตุนี้ ภัตตาคารและร้านอาหารหลายแห่งจึงเปลี่ยนการบริการน้ำดื่มจากน้ำแข็ง  
ใส่น้ำชามาเป็นน้ำบริโภคบรรจุขวด หรือเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมตามที่ลูกค้าต้องการ

๑.๒ ภัตตาคารและร้านอาหารบางแห่งได้เคยบริการลูกค้าด้วยน้ำบริโภค  
บรรจุขวดมาก่อน เช่น โรงแรมศรีพินา ถนนสุรนารี ซึ่งได้เปิดดำเนินการและบริ-  
การลูกค้าชาวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ได้เคยใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดยี่ห้อโพลาไรสมาก่อน  
ทั้งนี้ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ในขณะนั้นเป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งยึดมั่นในการเลือกดื่ม

น้ำและเลือกรับประทานอาหาร จึงได้ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดต่อมา และภายหลังได้มีการตั้งโรงงานผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดขึ้น ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเชื่อถือได้ว่ามีความสะอาดบริสุทธิ์ทัดเทียมกับน้ำยี่ห้อโพลาริสที่เคยใช้ แต่มีราคาถูกกว่า และสะดวกในการสั่งซื้อมากกว่า จึงเปลี่ยนมาใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดของท้องถิ่น

๑.๓ ผู้ดำเนินกิจการภัตตาคาร และร้านอาหารที่ไม่ได้จำหน่ายเครื่องดื่มประเภทน้ำชา กาแฟ มีความรู้สึกว่าการบริการลูกค้าด้วยน้ำบริโภคบรรจุขวดมีความสะดวกกว่าบริการด้วยน้ำดื่มผสมชา เนื่องจากสามารถเก็บไว้ได้นานกว่า เปลืองเนื้อที่น้อยกว่า และสะดวกในการใช้ ตลอดจนเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในด้านความสะดวก

๑.๔ การเลือกใช้หรือจำหน่าย น้ำบริโภคบรรจุขวดบริการแก่ลูกค้า ยี่ห้อที่ใช้ในปัจจุบัน มีสาเหตุเนื่องมาจากผู้ผลิตได้มาคิดข้อเสนอขายเป็นส่วนใหญ่ บางรายมีความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวบ้าง แต่ไม่เป็นเหตุสำคัญที่เลือกใช้และจำหน่ายน้ำยี่ห้อนั้น เหตุผลสำคัญส่วนใหญ่มาจากการเข้ามาคิดต่อก่อนเป็นรายแรก และชำระมาตรฐานในด้านราคา การรักษาเวลาในการนำมาส่ง และความสะดวกรวดเร็วในด้านบริการเป็นสิ่งสำคัญ

๒. ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เปิดเผยเกี่ยวกับการกำหนดราคา การตั้งราคาจำหน่าย และการเปลี่ยนแปลงราคาจำหน่ายของน้ำบริโภคบรรจุขวด ทำให้ทราบถึงลักษณะการจำหน่ายในส่วนที่เกี่ยวกับราคาของน้ำบริโภคบรรจุขวดดังนี้

๒.๑ ผู้ให้สัมภาษณ์นี้ ส่วนใหญ่กล่าวว่าน้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นสินค้าที่มีราคาต่ำมาก แม้ว่าปริมาณการใช้ในแต่ละวันจะสูงก็ไม่ทำให้กระทบกระเทือนในด้านราคารวม ยกตัวอย่างเช่น โรงแรมศรีพัฒนา ถนนสุรนาริ โรงแรมจอมสุรางค์ ถนนจอมสุรางค์ยาตร์ ได้ใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดบริการแก่ลูกค้าของโรงแรมโดยไม่คิดค่าบริการ และในห้องอาหารของโรงแรม การบริการน้ำดื่มแก้วแรกสำหรับลูกค้าทุกราย

บริการค้ายน้ำบริโภคบรรจุขวดและไมคิกราคา วันแต่จะมีการสั่งมาดื่มทั้งขวดจึงคิดราคา

๒.๒ ผู้ให้สัมภาษณ์ ชี้แจงว่าราคาน้ำบริโภคบรรจุขวดในปัจจุบัน เป็นราคาที่เหมาะสมแล้ว เพราะคงได้กล่าวมาแล้วในข้อ ๒.๑ ว่า ราคาค่ามากอยู่แล้ว แม้ว่าจะเคยมีการขึ้นราคา ๒ - ๓ ครั้ง ในระยะ ๒ - ๓ ปีที่ผ่านมาก็ไม่รู้สึกว่าการกระทบกระเทือนผู้ให้สัมภาษณ์เปิดเผยอีกด้วยว่าทางภัตตาคาร ร้านอาหาร หรือโรงแรม สามารถรับการขึ้นราคาน้ำบริโภคบรรจุขวดได้อีก ทั้งนี้เพราะสามารถมีวิธีการให้กับผู้บริโภค หาย หรือลูกค้าได้ หรืออย่างน้อยที่สุดก็เพียงทำให้ลดอัตรากำไรปกติลงบ้างเท่านั้น ในขณะที่ภัตตาคารและร้านอาหารได้จำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดให้ลูกค้าโดยคิดกำไรสูงอยู่แล้ว เช่น ขวดขนาดปริมาตร ๑ ลิตร ซื้อมาในราคา โทล/ขวด ละ ๑๕ บาท แต่มาจำหน่ายให้ลูกค้าในราคาขวดละ ๓ - ๕ บาท นับว่าเป็นกำไรในอัตรารุงมาก

๓. คำสัมภาษณ์เกี่ยวกับลักษณะการวางตลาดของน้ำบริโภคบรรจุขวด ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

๓.๑ บริษัทผู้ผลิตจำหน่าย เป็นผู้มาติดต่อและแนะนำผลิตภัณฑ์น้ำบริโภคบรรจุขวด เมื่อเป็นที่ตกลงกันแล้ว ส่วนมากได้ทำสัญญาระยะเวลาด้วยกันเพื่อประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ผู้ผลิตจำหน่าย และผู้บริโภคอื่นต่าง : สัญญาซื้อเท่าที่มีอยู่ปรากฏว่ามีอายุ ๑ ปี แต่บางรายไม่มีสัญญา เพราะมีความรู้จักคุ้นเคยกันอยู่แล้ว

๓.๒ บริษัทผู้ผลิตจำหน่าย นำน้ำบริโภคบรรจุขวดมาส่งทุกวันหรือสองวันต่อครั้ง หากมีความจำเป็นต้องใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดมากกว่าปริมาณในวันปกติก็อาจสั่งเพิ่มได้โดยสะดวก สำหรับการเก็บเงิน ได้ตกลงกันตามความเหมาะสม เช่น ทุก ๒ สัปดาห์ หรือเดือนละครั้ง แต่มีอยู่บางราย ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบว่า ต้องให้ผู้จำหน่ายเก็บเงินทุกครั้งที่นำมาส่ง เพื่อมิให้มีปัญหาในการจัดทำบัญชี

๓.๔ บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายชอบที่จะแนะนำให้ใช้น้ำชนิดบรรจุขวดใหญ่ ขนาดสองลิตรในลูกบาศก์ เช่น คีอิตร หรือที่เรียกว่า ขนาดยี่สิบลิตร ทั้งนี้เป็นเพราะว่าบริษัท ผู้ผลิตได้ประหยัดค่าภาชนะ และสะดวกในการขนส่ง อีกทั้งสามารถจำหน่ายได้ปริมาณสูง แม้ว่าราคาเฉลี่ยจะต่ำกว่าชนิดบรรจุขวดแก้วขนาด ๑ ลิตร ก็ตาม

๔. ในก้านการแข่งขัน และการส่งเสริมการจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวด ผู้ ให้สัมภาษณ์ที่ขณะนี้

๔.๑ เนื่องจาก ภัตตาคาร หรือร้านอาหารมักจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุ ขวด เพียงยี่ห่อเดียวหรือไม่เกินสองยี่ห่อในเวลาเดียวกัน จึงไม่ค่อยหว่ายถึงการแข่ง ขัน หรือการส่งเสริมการจำหน่ายของบริษัทผู้ผลิตมากนัก

๔.๒ บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายส่วนมาก ไม่ได้คิดค่าวางมัดจำภาชนะบรรจุ อย่างที่คิดกับลูกค้ารายย่อย ตามบ้านเรือน เพราะสามารถเชื่อมั่นได้ว่า ภาชนะบรรจุ เหล่านั้นไม่สูญหาย หรือหากมีการแตกชำรุด ก็สามารถตกลงกันได้ในเรื่องการชดใช้ การไม่เรียกร้องค่าวางมัดจำภาชนะ น่าจะเป็นวิธีจูงใจลูกค้าวิธีหนึ่ง เพราะเท่ากับ เป็นการอำนวยความสะดวก และเป็นการให้ความไว้วางใจต่อลูกค้า

๔.๓ เนื่องจากลักษณะการใช้น้ำของผู้บริโภคชั้นกลางนี้มีอยู่เพียง ๒ ลักษณะคือ การให้บริการโดยไม่คิดราคาน้ำและการจำหน่ายให้ลูกค้าผู้มาใช้บริการด้าน ภัตตาคาร ร้านอาหาร การจูงใจลูกค้าผู้บริโภคนั้นสุดท้ายจึงไม่ปรากฏในรูปใด ๆ ผู้ บริโภคชั้นนี้ไม่มีบทบาทในก้านการส่งเสริมการจำหน่าย เพียงแค่สนองความประสงค์ ของผู้บริโภคคนสุดท้ายด้วยการเสนอน้ำบริโภคบรรจุขวดชนิดที่ได้มีจำหน่ายอยู่แล้ว หรือ เพียงแต่มีประกาศแนะนำสรรหุดของน้ำบริโภคบรรจุขวด ไว้ในสถานที่ของคนเท่านั้น

๕. ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ตอบคำถามซึ่ง เกี่ยวข้องกับการตลาดน้ำบริโภคบรรจุ ขวด ในก้านอื่น ๆ อีกดังนี้คือ



๕.๑ ในฤดูแล้งที่มีภาวะการขาดแคลนน้ำและน้ำแข็งที่จำหน่ายอยู่ในท้องตลาด มีลักษณะที่ไม่บริสุทธิ์สะอาด จะเป็นระยะที่ลูกค้ามักจะสั่งน้ำบรรจุขวดมากกว่าสั่งน้ำแข็งใส่น้ำชาที่เคยชิน

๕.๒ แนวโน้มในอนาคตนั้น เพราะสภาพทางธรรมชาติไม่อำนวยให้ประชาชนบริโภคน้ำชนิดอื่นได้ อีกทั้งการผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดในปัจจุบัน หรือแนวโน้มในอนาคตมีความรวดเร็วสะดวกและทันสมัยมากขึ้น จนทำให้เชื่อมั่นได้ถึงความสะดวกและความบริสุทธิ์ของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้

๕.๓ การแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดในอนาคต รู้สึกว่าเป็นการแข่งขันในด้านการให้บริการ และด้วยกลยุทธ์ในทางธุรกิจมากกว่าจะแข่งขันในด้านการราคา เพราะเป็นที่คาดหมายได้ว่า จะต้องมียุทธวิธีค้ำน้ำบริโภคบรรจุขวดเพิ่มมากขึ้น บริษัทผู้ผลิตไม่มีความจำเป็นต้องแข่งขันกันในด้านการราคาจำหน่าย

๕.๔ ความแปรผันของภาวะเศรษฐกิจอาจจะมีส่วนทำให้ธุรกิจการผลิตและจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดได้รับความกระทบกระเทือนบ้าง เช่น เกี่ยวกับราคาของภาชนะที่บรรจุ และค่าขนส่ง ค่าแรงงาน ที่อาจจะเพิ่มสูงขึ้น แต่บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายอาจลดต้นทุนในด้านการขนส่งบ้าง หรือพยายามใช้เงินค้ำค้ำจากขณะมาหมุนเวียนช่วยในด้านการขนส่งบ้าง ซึ่งนักธุรกิจน่าจะเข้าใจดี แต่ในด้านการขึ้นราคาจำหน่ายก็ยังสามารถทำได้เว้นแต่ว่าจะไม่ช่วยได้มากนักเท่านั้น เพราะน้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นสินค้าประเภทที่มีของทดแทนได้ง่ายและมาก

#### ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภค

ในบทนี้ ผู้เขียนได้เสนอผลการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวด และได้วิเคราะห์ผลการสำรวจดังกล่าวแล้วตามที่ปรากฏ ผลจากการสำรวจและวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคชั้นสุดท้าย เท่าที่ได้เสนอมาแล้ว วิเคราะห์ได้ดังนี้คือ

๑. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์น้ำบริโภคมรรจุขวดคืออยู่แล้ว การรู้สึกคุ้นเคยนี้ รู้สึกในแง่ที่เชื่อถือคิดว่าน้ำบริโภคมรรจุขวดเป็นน้ำที่มีความสะอาดบริสุทธิ์ เหมาะสำหรับบริโภคมากกว่าน้ำจากสาธารณูปโภคและจากธรรมชาติ

๒. มูลเหตุขงใจที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจบริโภคน้ำบริโภคมรรจุขวดก็เพราะความสะดวกในการบริโภค และความสะดวกบริสุทธิ์ของน้ำชนิดนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับกรบริโภคน้ำฝน น้ำประปา หรือน้ำจากบ่อ, ธาร, ลำคลอง หรือน้ำคั้น

๓. น้ำบริโภคมรรจุขวด เป็นน้ำที่มีราคาค่อนข้างถูกเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณและประโยชน์ใช้สอย หรือเมื่อคำนึงถึงความสะดวก ความสะอาด การเพิ่มราคาของน้ำบริโภคมรรจุขวด อันสืบเนื่องมาจากความเปลี่ยนแปลงทางภาวะเศรษฐกิจ ไม่กระทบกระเทือนต่อปริมาณการจำหน่ายมากนัก ผู้บริโภคส่วนมากยอมรับสภาพราคาลดค่า เพราะสินค้าทุกชนิดในตลาดมีการเปลี่ยนแปลงราคา

๔. สภาพการแข่งขันในด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำบริโภคมรรจุขวด ของบริษัทผู้ผลิตในเขตจังหวัดนครราชสีมาในปัจจุบัน เป็นการแข่งขันในด้านบริการลูกค้ามากกว่าแข่งขันในด้านราคา หรือในด้านการโฆษณา

๕. ประชาชนส่วนมากเริ่มมีทัศนคติ่อน้ำบริโภคมรรจุขวดว่า เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีพในชีวิตประจำวัน และมีแนวโน้มว่าจะยอมรับสินค้าชนิดนี้เป็นสิ่งจำเป็นประจำวันต่อไป เนื่องจากประชาชนมีการศึกษาสูงขึ้นโดยเฉลี่ย สามารถทราบและมองเห็นความจำเป็นของการบริโภคสินค้า หรืออาหารที่มีความสะอาดถูกหลักอนามัยมากขึ้น และเนื่องจากสภาพแวดล้อมในปัจจุบันเริ่มเสียไปทีละน้อย จนทำให้ประชาชนไม่สามารถบริโภคน้ำจากธรรมชาติหรือจากสาธารณูปโภคได้โดยสนิทใจ

๒. ในค่านับบริโกล์ชั้นกลาง คือผู้ประกอบการร้านอาหาร ภัตตาคาร สถานบริการโรงแรม เหล่านี้ มีความเห็นว่า การจำหน่ายหรือบริการลูกค้าด้วยน้ำบริโกล์บรรจุขวด เป็นสิ่งที่นิยมแพร่หลาย และแสดงให้เห็นถึงความสะอาดของสถานที่ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีขึ้นค่อน้ำบริโกล์บรรจุขวด และเห็นว่า การคั้นน้ำแข็งใส่น้ำชาเป็นสิ่งที่อาจเสี่ยงต่ออันตรายต่อสุขภาพ

๓. การเพิ่มจำนวนของประชากร และจำนวนที่อยู่อาศัยในเขตเมือง เป็นการเพิ่มภาระแก่สาธารณูปโภค ประเภตน้ำดื่ม น้ำใช้ มากขึ้น และเป็นการลดโอกาสของประชาชนที่จะบริโกล์น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติให้น้อยลง แนวโน้มในเรื่องนี้จึงเป็นแนวโน้มในค่านับธุรกิจการผลิตและจำหน่ายน้ำบริโกล์บรรจุขวด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สภาพทางธรรมชาติของภูมิภาคแถบนี้มีแนวโน้มว่า ความแห้งแล้งและขาดแคลนน้ำ จะเพิ่มขึ้นด้วย

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย