

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

น้ำเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิด ร่างกายของมนุษย์ประกอบด้วยน้ำถึง 70 % และสิ่งมีชีวิตทุกชนิดต้องการน้ำในการดำรงชีวิต โดยมนุษย์ต้องการน้ำสะอาดสำหรับดื่มคนละประมาณ 1 ลิตรต่อวัน และยังต้องการน้ำในการหุงหาอาหาร และการชำระล้างด้วย ซึ่งเมื่อรวมปริมาณน้ำสำหรับดื่ม หุงหาอาหาร และชำระล้างแล้ว น้ำที่มนุษย์ต้องใช้ภายในครัวเรือนมีปริมาณ 100 ลิตรต่อคนต่อวัน หรือประมาณ 35 ลูกบาศก์เมตรต่อคนต่อปี (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2552 : ออนไลน์) ในอดีตแหล่งที่มาของน้ำดื่มเพื่อนำมาบริโภคที่สำคัญจะมาจากน้ำประปา แต่ในปัจจุบันแหล่งที่มาของน้ำดื่มจะมีทางเลือกมากขึ้นซึ่งอาจมาจากการที่ผู้บริโภคไม่มั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานของน้ำประปา แม้ว่าจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนบริโภคน้ำประปาโครงการ “น้ำประปา ดื่มได้” ก็ตามประชาชนก็ยังไม่มั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานของน้ำประปาเพิ่มมากนัก ดังนั้นน้ำดื่มบรรจุขวดจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค ซึ่งมีมูลค่าทางการตลาดสูง และมีอัตราการเจริญเติบโตประมาณ 15-20 % ประกอบกับการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดมีต้นทุนการผลิตต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายพบว่ามีกำไรสูง ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจให้มีผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดการแข่งขันกันสูง ดังนั้นจึงมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย โดยการนำเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ของผู้บริโภค (ปิยะชัย, 2544 : 1) น้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเป็นเครื่องจำหน่ายน้ำบริโภคให้กับประชาชน โดยทั่วไปจำหน่ายลิตรละ 0.50 - 1 บาท เป็นการนำน้ำประปามาผ่านการกรองด้วยตัวกรองที่มีคุณสมบัติที่สามารถกรองอนุภาคเล็กๆ ขนาด 2-10 ไมครอน และสามารถดักสารเคมีในน้ำที่ทำให้เกิดกลิ่นอันไม่พึงปรารถนา จากนั้นจะส่งน้ำที่ผ่านการกรองแล้วไปเข้าระบบการกรองแบบ รีเวอร์ส ออสโมซิส (Reverse Osmosis , RO) ซึ่งสามารถกรองอนุภาคที่ผ่านการกรองในชั้นแรกได้ละเอียดถึง 0.0001 ไมครอน โดยน้ำที่ผ่านการกรองแบบ อาร์โอ แล้วถือได้ว่าเป็นน้ำที่สะอาดปราศจากเชื้อโรค และถูกเก็บในถังบรรจุน้ำที่ผ่านการกรองน้ำแล้วพร้อมที่จะจ่ายออกจากเครื่องจำหน่ายให้ประชาชนบริโภคต่อไป ในเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญบางเครื่องก็จะเพิ่มการทำลายเชื้อโรคด้วยแสงอุลตราไวโอเล็ต (Ultraviolet ,UV) และก๊าซโอโซน (Ozone) อีกด้วย กลไกหรือกระบวนการกรองน้ำให้สะอาดของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอด

เหรียญ จะต้องใช้อุปกรณ์ต่างๆ ได้แก่ ท่อน้ำ ป้อนน้ำ ถังน้ำ หรือชิ้นส่วนต่างๆ ที่สัมผัสกับน้ำ ที่เป็นชนิดที่ใช้กับอาหาร ทั้งหมด (กองสุขาภิบาล, 2552 : ออนไลน์) แต่จากงานวิจัย ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งเก็บตัวอย่างน้ำจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำนวน 546 ตัวอย่าง จาก 273 เครื่อง นำมาวิเคราะห์คุณภาพทางห้องปฏิบัติการ พบว่า ร้อยละ 52 ของตัวอย่างน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้านชีววิทยาโดยมีการปนเปื้อนของเชื้อ โคลิฟอร์ม (Coliform) ซึ่งเป็นเชื้อที่พบในอุจจาระ เชื้อเอสเชอริเชีย โคลิ (Escherichia coli, E. coli) ที่ทำให้ท้องร่วง และสาหร่ายสีเขียว โดยเชื้อที่ปนเปื้อนเหล่านี้พบใน น้ำดื่มแบบหยอดเหรียญจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มระบบกรองแบบอาร์โอ สาเหตุมาจากผู้ประกอบการขาดการบำรุงรักษาผู้ ไม่มีการเปลี่ยนไส้กรองหรืออุปกรณ์ตามกำหนดเวลา ไม่มีการทำความสะอาดหัวจ่ายน้ำและบริเวณเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ รวมทั้งจุดพักน้ำที่ผ่านการกรองแล้ว (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2550 : ออนไลน์)

สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในปัจจุบันมีมูลค่าตลาดสูงถึง 1,000 ล้านบาท และมีผู้ประกอบการประมาณ 6 ตราสินค้า รายย่อยอีกประมาณ 20 ตราสินค้า ซึ่งธุรกิจยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการบริโภคน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ มีความสะดวกสบาย และราคาถูกกว่าการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญได้แก่ ผู้ที่พักอาศัยใน หอพัก คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ และย่านชุมชนต่างๆ (ฐานเศรษฐกิจ, 2551 : ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่มีพื้นที่ 20,107.057 ตารางกิโลเมตร (กรมการปกครอง, 2552 : ออนไลน์) เนื่องจากพื้นที่อยู่ในภาคเหนือของประเทศไทย แหล่งน้ำตามธรรมชาติส่วนใหญ่จึงไม่เหมาะสมต่อการบริโภค ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนเขตเมืองเชียงใหม่ ในปัจจุบันส่วนใหญ่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในการหาวิธีการทำให้น้ำบริสุทธิ์มากขึ้น อีกทั้ง อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนเมืองขนาดใหญ่มีอัตราความหนาแน่นของประชากรอยู่มาก ปริมาณความต้องการบริโภคน้ำดื่มที่สะอาดและบริสุทธิ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นับได้ว่ามีอัตราการเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วและเพื่อตอบสนองสิ่งเหล่านี้ ผู้ประกอบการน้ำดื่มจึงมีหลากหลายทางเลือกให้กับผู้บริโภค ทั้งจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป ตัวแทนจำหน่าย รวมทั้งเครื่องอัตโนมัติ ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการ และบริษัทน้ำดื่มฯ นำเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ มาติดตั้ง ตามชุมชนต่างๆ โดย เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำดื่มรูปแบบทั่วไป จะสามารถเข้าถึงลูกค้าโดยตรง สะดวก และราคาประหยัด อย่างไรก็ตามน้ำดื่มแบบหยอด

เหรียญยังคงมีความไม่แน่นอนเรื่องของคุณภาพไม่ถูกสุขลักษณะตามเกณฑ์มาตรฐานน้ำดื่ม ทำให้ผู้ศึกษาจึงต้องการที่จะทำการศึกษาถึงเรื่องทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูล ไปใช้ให้เป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ น้ำดื่มแบบหยอดเหรียญต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อให้ผู้ที่สนใจ หน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ ในด้านต่างๆ เช่น ประกอบการตัดสินใจ การดำเนินงาน หรือการวางแผนทางการตลาด

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของการบริโภคน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคที่เคยซื้อและบริโภคน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ หมายถึง น้ำดื่มที่ได้จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญซึ่งมีลักษณะเป็นตู้ที่ให้บริการแบบการบริการตนเองและผู้ใช้บริการต้องนำภาชนะมาบรรจุ