

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

เนื้อหาของบทนี้ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า น้ำดื่ม ตรา น้ำไทย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

- 2.1. ความพึงพอใจทางด้านผลิตภัณฑ์
- 2.2. ความพึงพอใจด้านการขนส่งและพนักงาน
- 2.3. ความพึงพอใจด้านราคา
- 2.4. ความพึงพอใจด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากลูกค้าจำนวน 368 ราย พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย ร้อยละ 83.97 และสัญชาติอื่น ร้อยละ 16.03 มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี ร้อยละ 37.20 และอายุในช่วง 41 – 50 ปี ร้อยละ 27.20 โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 76.60 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงมากกว่า 25,001 บาท ร้อยละ 30.10 ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการของน้ำดื่มตรา น้ำไทย เพื่อบริโภคเอง ร้อยละ 96.50 ซึ่งส่วนใหญ่รู้จักน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยโดยคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 82.90 บรรรภัณฑ์ที่ลูกค้าใช้อยู่ในปัจจุบันมากที่สุดคือ ถังสีขาวยิบแสง ขนาด 20 ลิตร ร้อยละ 50.50 และขวดแก้วขนาด 500 cc. ถึงละ 24 ขวด ร้อยละ 40.50 ความถี่ในการสั่งซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ ร้อยละ 66.00 โดยชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดทุกครั้ง ร้อยละ 77.70 และมีความคิดเห็นที่จะแนะนำให้คนรู้จักใช้บริการของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ร้อยละ 94.30

สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกทดแทนขวดแก้วที่ใช้ในปัจจุบันมีจำนวนลูกค้าเห็นด้วย ร้อยละ 54.60 และจะใช้แน่นอน ร้อยละ 59.00

### ส่วนที่ 2 : ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความพึงพอใจต่อการให้บริการน้ำดื่มตรา น้ำไทย	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	การแปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.12	มาก
ด้านการขนส่งและพนักงาน	3.66	มาก
ด้านราคา	3.33	ปานกลาง
ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์	2.95	ปานกลาง

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย โดยเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการขนส่งและพนักงาน ระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของอันดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อยดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม่มีสี ไม่มีตะกอน ไม่มีตะไคร่ ไม่มีกลิ่น การมีเครื่องหมาย อย.(ของไทย)

รับรองคุณภาพ คุณภาพของน้ำที่ผลิตด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิส(RO) ปลอดภัยต่อสุขภาพเนื่องจากผลิตด้วยระบบ RO ความสะอาดของน้ำซึ่งผลิตด้วยระบบ RO ขอบรสชาติ ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ สะดวกในการใช้ ความสะดวกในการเปิดใช้ การมีเครื่อง

หมาย WQA (ของอเมริกา) รับรองคุณภาพ ซึ่งเสียงคร่ำยี่ห้อนำเชื่อถือ บรรจุก๊าซที่มีหลากหลายขนาดบรรจุให้เลือกใช้

ด้านการขนส่งและพนักงาน ได้แก่ ความสม่ำเสมอในการจัดส่งน้ำดื่ม ความรวดเร็วในการขนส่ง ศึกษารายทางและความเป็นกันเองกับลูกค้าของพนักงานขนส่งที่เหมาะสม ความสะดวกในการโทรสั่งซื้อน้ำดื่ม การพูดหรือการตอบข้อซักถามของพนักงานขนส่ง การแต่งกายของพนักงานขนส่งสุภาพเรียบร้อย พนักงานรับโทรศัพท์ตอบปัญหาได้ดี อาคารที่ตั้งสำนักงานหาง่ายสะดวกในการเข้าพบ

ด้านราคา ได้แก่ ความสะดวกในการชำระค่าน้ำดื่มในปัจจุบันเหมาะสม ราคาของน้ำดื่ม ตรายน้ำไทยในปัจจุบันเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาของน้ำดื่มตรายน้ำไทยเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำดื่มในระบบ RO ยี่ห้ออื่น การเก็บค่าน้ำดื่มถัง (ในราคาถังละ 100 บาท) การเก็บค่าน้ำดื่มถังสีขาขนาด 20 ลิตร (70 บาทต่อถัง) การเก็บค่าน้ำดื่มถังสีขาขนาด 10 ลิตร (50 บาทต่อถัง) ค่าปรับถังแตก/หายโดยการซื้อน้ำดื่มถัง ราคาที่แพงกว่าแสดงถึงคุณภาพที่ดีกว่า ยี่ห้ออื่น การเก็บค่าน้ำดื่มถังสีฟ้าใสขนาด 20 ลิตร (300 บาทต่อถัง) ค่าปรับขวดแตก/หาย ขวดละ 20 บาท

ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ข้อมูลในแผ่นพับของน้ำดื่มตรายน้ำไทยมีรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการผลิตเพียงพอ รายละเอียดอื่นๆ ในแผ่นพับมีมากพอที่ผู้อ่านจะเข้าใจ

## 2. อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตรายน้ำไทย ถ้าพิจารณาตามแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกหลังการซื้อของบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Performance) โดยถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ (Product Performance) ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfied Customer) แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfied Customer) และถ้าผลที่ได้รับ

จากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted Customer)<sup>1</sup> ดังนั้นถ้าจะพิจารณาผลของการศึกษาความพึงพอใจโดยรวมแล้วพบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ส่วนด้านราคาและการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น ควรที่จะพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจและประทับใจตลอดไป ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย และใช้บริการของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยมากยิ่งขึ้น

---

<sup>1</sup> Philip Kotler, *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control* (8<sup>th</sup> edition., New Jersey : Prentice Hall Inc.,1994), p.40.

### 3. ข้อค้นพบ

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและระดับรายได้

รายได้ (บาท/เดือน)	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ สูงกว่าปริญญาตรี	
ต่ำกว่า 6,000	23 6.30%	12 3.30%	35 9.60%
6,001 – 10,000	20 5.40%	27 7.30%	47 12.70%
10,001 – 15,000	13 3.50%	50 13.60%	63 17.10%
15,001 – 20,000	9 2.40%	49 13.30%	58 15.70%
20,001 – 25,000	8 2.20%	46 12.50%	54 14.70%
มากกว่า 25,001	13 3.50%	98 26.70%	111 30.20%
รวม	86 23.30%	282 76.70%	368 100.00%

จากตาราง พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตรา น้ำไทยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีและมีรายได้อยู่ในช่วงมากกว่า 25,001 บาทต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.70 รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีและมีรายได้ในช่วง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.60 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีและมีรายได้ในช่วง 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.30 ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าเลือกน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยเป็นอันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำ รองลงมาคือด้านความสะอาดและความสะดวกในการใช้/เปิดใช้บรรจุภัณฑ์ อันดับสุดท้ายคือด้านการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มี

ความเห็นว่าเป็นสิ่งที่ต้องมีอยู่แล้วจึงจะสามารถจำหน่ายได้ถูกต้องตามกฎหมาย สำหรับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ค้นพบ คือ ฝาขวดแก้วมักหลุดเอง ปากขวดแก้วแตก ขวดแก้วแตกง่าย และในบางครั้งมีขวดร้าว ไปส่งจากโรงงาน และตัวหนังสือที่พิมพ์อยู่บนตัวถังลบเลือนไป เป็นต้น สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกทดแทนขวดแก้วซึ่งยังไม่มีผู้ผลิตรายใดนำมาใช้ ลูกค้านี้มีความเห็นด้วยร้อยละ 54.60 เพราะมีความเห็นว่า ขวดพลาสติกจะไม่แตกเหมือนขวดแก้วทำให้สะดวกในการเก็บรักษามากกว่าและไม่เสียค่าปรับ ฝาปิดแบบเกลียวจะปิดสนิทกว่าฝาอลูมิเนียมแบบคิง บรรจุภัณฑ์แบบใหม่เพิ่มปริมาตรบรรจุแต่ราคาขายเท่าเดิมจึงเห็นว่าประหยัดขึ้น สะดวกในการใช้ไม่ต้องกรอกใส่ขวดเองแบบถึง และเชื่อมั่นในมาตรฐานของน้ำดื่ม ส่วนที่ตอบว่าเฉยๆ เนื่องจากยังไม่มีตัวอย่างให้ลูกค้าเห็น ได้แต่เพียงอธิบายให้เกิดจินตนาการ คั้งนั้น ลูกค้าบางรายจึงไม่แน่ใจ เพราะกลัวว่าจะไม่สะอาดหรือความสวยงามสู้ขวดแก้วไม่ได้ ขอเห็นผลิตภัณฑ์ก่อน ส่วนที่ตอบว่าไม่ใช่ เพราะ ใช้แบบดังอยู่ซึ่งมีความเห็นว่าประหยัดกว่าแบบขวดและไม่คิดจะเปลี่ยนแบบบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้บางรายเข้าใจว่าเป็นขวดวันเวย์(ใช้แล้วทิ้ง)จึงตอบว่าไม่ใช่เพราะไม่ต้องการเพิ่มปริมาณขยะ

ด้านการขนส่งและพนักงาน พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากด้านความรวดเร็วและความสม่ำเสมอในการขนส่งตลอดจนกริยามารยาทความเป็นกันเองกับลูกค้า ส่วนความพึงพอใจในด้านการโทรศัพท์หรือการเดินทางมาติดต่อกับสำนักงานโดยตรง ลูกค้ามีความพึงพอใจมากในระดับรองลงมาทั้งนี้เพราะบางรายไม่เคยใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และไม่เคยเดินทางมาติดต่อที่สำนักงาน

ด้านราคา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากด้านความสะดวกในการชำระค่าน้ำดื่ม และมีความเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ส่วนการเก็บค่ามัดจำบรรจุภัณฑ์ และการปรับกรณีเกิดการแตก/หาย ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นอกจากนี้สิ่งที่พบคือ ลูกค้าบางรายซึ่งส่วนใหญ่รับเป็นถัง ยังไม่เคยถูกปรับ/ยึดมัดจำจึงไม่มีความคิดเห็น และบางรายใช้บริการน้ำดื่มซึ่งผลิตด้วยระบบ RO คือ น้ำดื่ม ตราน้ำไทยเป็นยี่ห้อแรกและไม่ทราบราคายี่ห้ออื่นที่ผลิตด้วยระบบเดียวกันจึงเปรียบเทียบไม่ได้(ไม่แสดงความคิดเห็น) นอกจากนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่จะนำเรื่องราคาไปเปรียบเทียบกับน้ำดื่มยี่ห้ออื่นๆ ในท้องตลาด(ที่ผลิตด้วยระบบเดิม)จึงรู้ดีกว่าราคาแพงและอยากให้ลดราคาลง

ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางทั้งด้านรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการผลิตในแผ่นพับมีเพียงพอและรายละเอียดอื่นๆ ในแผ่นพับมีมากพอที่ผู้อ่าน

จะเข้าใจ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 51 ประกอบจะพบว่า ลูกค้ายูจิกน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยจากแผ่นพับเพียง 8 ราย แสดงให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับยังไม่ดีพอ ปัญหาที่พบหรือข้อเสนอแนะจากลูกค้าส่วนใหญ่คือ ต้องการให้ทางผู้ผลิตน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากกว่านี้เพื่อสร้างความคุ้นเคยต่อตราชี่ห้อและง่ายในการแนะนำต่อให้คนที่รู้จักได้ใช้สินค้าบ้าง

#### 4. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อเสนอแนะแก่ผู้บริหารของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในการบริหารและจัดการทางด้านส่วนประสมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดังนี้

##### ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการวิจัยพบว่า เป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าเลือกน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย โดยพึงพอใจมากในด้านของการไม่มีสี ไม่มีตะกอน ไม่มีตะไคร่ ไม่มีกลิ่น(ซึ่งเป็นผลมาจากการผลิตด้วยระบบ RO) สำหรับการมีเครื่องหมาย ออย. รับรองคุณภาพนั้นเป็นอันดับรองลงมาเพราะลูกค้าส่วนใหญ่จากการสัมภาษณ์บอกว่า เป็นสิ่งที่ควรจะต้องมีอยู่แล้ว

ดังนั้น ทีมงานบริหารน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ควรที่จะรักษาระดับคุณภาพไว้หรือทำให้ดีขึ้นกว่าเดิมเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้นเป็นระดับมากที่สุดซึ่งเป็นการช่วยสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้าให้มากยิ่งขึ้น การที่น้ำดื่ม ตรา น้ำไทยใช้ระบบ RO ในการผลิตจึงเป็นการดำเนินการที่ถูกต้องแล้ว ดังที่จะเห็นข้อมูลในตารางแสดงเรื่องราคา ซึ่งระบุว่าลูกค้ามีความเห็นว่าราคาของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย เหมาะสมกับคุณภาพในระดับมาก อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่ของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย เป็นผู้มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นไปและมีรายได้ค่อนข้างสูง มีกำลังซื้อ จึงเห็นควรให้ปรับปรุงด้านการดูแลรักษาเครื่องกรองให้ดียิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจด้านคุณภาพของน้ำดื่ม อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ที่ส่งให้กับลูกค้าควรที่จะคัดสรรให้ดียิ่งขึ้นกว่านี้ เพราะจากแบบสอบถามปัญหาที่พบคือ บรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะถังสีขาวมักจะมีปัญหาเรื่องครายี่ห้อเลือนหายไป ถึงดูเก่าเนื่องจากมีรอยจุดขีดมาก ส่วนชื่อเสียงครายี่ห้อต้องแก้ไขด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกทดแทนขวดแก้วนั้น จากการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เห็นด้วยและจะใช้แน่นอน ดังนั้นจึงเห็นควรที่จะต้องรีบจัดทำขึ้นโดยเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

### ด้านการขนส่งและพนักงาน (Place / distribution)

เนื่องจากรูปแบบธุรกิจของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยเน้นไปทางด้านบริการ คือ การส่งสินค้าไปยังลูกค้าโดยตรงและไม่มีตัวแทนจำหน่าย ดังนั้นในเรื่องของทำเลที่ตั้งสำนักงาน/หน้าร้าน จึงไม่ค่อยมีบทบาทมากนักสำหรับลูกค้าในทางตรง แต่ในทางอ้อมการที่มีอาคารที่ตั้งสำนักงานอยู่ในเขตตัวเมืองส่งผลให้การจัดส่งสินค้าแก่ลูกค้าสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้นเพราะระยะทางสั้นช่วยลดระยะเวลาในการเดินทางได้มาก อย่างไรก็ตามผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ากลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้านั้น พนักงานปฏิบัติได้ดี ดังนั้นทีมบริหารของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยจึงควรที่จะวางแผนในเรื่องของการจัดการขนส่งสินค้าให้มีความสม่ำเสมอและรวดเร็วขึ้น โดยอาจจะเป็นการเพิ่มขนาดของรถขนส่งให้ใหญ่ขึ้นเพื่อสามารถบรรทุกของให้ได้มากขึ้นจะช่วยให้การขนส่งทำได้เร็วขึ้น (สามารถช่วยลดรอบการขนส่งได้ ทำให้ประหยัดในเรื่องต้นทุนค่าน้ำมันได้อีกด้วย) นอกจากนี้การขยายตลาดให้มีความครอบคลุมมากขึ้นจะช่วยให้กิจการมีกำไรมากยิ่งขึ้นจากปริมาณลูกค้าในหนึ่งรอบสายการขนส่ง ตลอดจนการแต่งกายของพนักงานก็ควรเข้มงวดหรือปรับปรุงให้มีความเรียบร้อยมากขึ้นเพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

### ด้านราคา (Price)

ความพึงพอใจทางด้านราคาของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยนั้นเนื่องจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ยังมีน้อย ทำให้ลูกค้านำราคาไปเปรียบเทียบกับน้ำดื่มที่ผลิตด้วยระบบเดิมจึงมีความเห็นว่าค่อนข้างแพงไป แต่เมื่อถามว่าเหมาะสมกับคุณภาพหรือไม่ก็ตอบว่าเหมาะสม ดังนั้นหากเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับรู้ว่าคุณภาพน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยแตกต่างจากน้ำดื่มทั่วไปเพราะใช้ระบบรีเวอร์สออสโมซิสในการผลิต ลูกค้าก็จะเกิดการรับรู้ว่าคุณภาพดีกว่าน้ำดื่มยี่ห้ออื่น ส่วนความพึงพอใจระดับปานกลางด้านการเก็บค่ามัดจำ และ ค่าปรับในกรณีที่เกิดการแตก/หาย หากทีมบริหารสามารถปรับเปลี่ยนบรรจุก้นท์ได้เพื่อลดการเกิดการแตกหักเสียหาย ลูกค้าไม่ต้องเสียค่าปรับก็จะเพิ่มความพึงพอใจได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้จากบรรจุก้นท์แบบใหม่ยังช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณภาพดีกว่าราคาถูกลงเพราะได้ปริมาณน้ำมากขึ้นในราคาเท่าเดิม ดังนั้นทางด้านผลิตภัณฑ์จึงเน้นที่การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ทดแทนและจัดให้โฆษณาตามสื่อต่างๆ เข้าช่วย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้อย่างดี ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น



### ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion)

จากการวิจัยพบว่า ด้านคุณภาพ ความปลอดภัย ตลอดจนความสะอาดเนื่องจากการผลิตด้วยระบบ RO นั้นยังคงมีลูกค้าจำนวนมากที่ไม่ทราบว่าน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยผลิตด้วยระบบ RO จึงทำให้คุณภาพของน้ำดี ทั้งนี้เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำต่อจากคนรู้จักว่าน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยมีคุณภาพดีจึงทดลองใช้ เมื่อใช้แล้วดีจึงบอกต่อๆกันไปโดยที่ไม่ทราบระบบการผลิต จากตารางที่ 51 พบว่ามีลูกค้า 139 รายที่ไม่เคยได้รับแผ่นพับเลย(จากจำนวน 368 ราย) วิธีการที่รู้จักน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยด้านอื่นๆ จำนวน 29 ราย คือ การเห็นรถขนส่งผ่านเป็นประจำ หรือ เห็นสถานที่ใกล้เคียงใช้บริการอยู่นอกจากนี้แล้วตามปกติเมื่อน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยรับลูกค้าใหม่เพิ่มจะแจกแผ่นพับให้รายละเอียด 2-3 แผ่นเพื่อแนะนำต่อ แต่ส่วนใหญ่เมื่อลูกค้าแนะนำต่อโดยให้แผ่นพับไป จากการวิจัยพบว่า ลูกค้าเป้าหมายจะอ่านเพียงรายละเอียดบรรทัดแรกๆ ราคาและเบอร์โทรศัพท์เพื่อติดต่อมายังสำนักงานเท่านั้นแต่ไม่ได้อ่านรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการผลิตเลย เพียงทราบว่าคุณภาพดีและราคาค่อนข้างสูงกว่ายี่ห้ออื่นๆ บางรายก็ไม่ได้ให้แผ่นพับเพียงแต่ให้เบอร์โทรศัพท์ติดต่อหรือทำการสั่งซื้อแทนคนรู้จักด้วยตนเองเลย นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ทางผู้ผลิตน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้นกว่าปัจจุบันเพื่อให้ง่ายในการแนะนำต่อแก่คนที่รู้จัก

จึงเห็นสมควรว่าทีมบริหารควรตัดสินใจลงทุนในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อให้มากกว่าในปัจจุบัน เช่นทางสถานีวิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยอาจจัดทำเป็นระยะ เช่นเดือนเว้นเดือนติดกัน 3 ครั้งเพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ยินชื่อยี่ห้อทุกวันจนคุ้นหู และเกิดการรับรู้ถึงความแตกต่างของระบบการผลิตจากยี่ห้ออื่น เพราะหากดูตารางที่ 11 ประกอบจะเห็นว่าโอกาสในการขยายตลาดจากการแนะนำต่อ มีถึงร้อยละ 94.30 ดังนั้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะช่วยให้ตลาดของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ขยายกว้างมากขึ้นได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม(จากการบอกต่อ และบุคคลอื่นที่ได้สัมผัสผ่านการโฆษณาติดต่อเข้ามาเอง) นอกจากนี้ควรที่จะมีการปรับปรุงแผ่นพับให้มีรายละเอียดและรูปแบบที่มีข้อมูลมากขึ้นและสวยงามดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น โดยเพิ่มการออกแบบให้เป็น 4 สีสวยงาม อาจจะมีรูปภาพที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการผลิตตลอดจนเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการผลิตให้ผู้อ่านมีความรู้สึกเหมือนได้มาเยี่ยมชมโรงงานและมีความมั่นใจในคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น เพราะแผ่นพับจะเป็นสื่อ โดยตรงจากผู้ผลิตถึงลูกค้าและกระจายไปยังลูกค้าเป้าหมายด้วยตัวเอง เมื่อลงทุนในการทำแผ่นพับแล้วก็ควรที่จะจัดทำออกมาให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่คุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งนอกจากจะช่วยเสริมภาพพจน์ที่ดีต่อตราหือแล้ว ยังช่วยเพิ่มความเข้าใจให้กับลูกค้าเดิมซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการรับรู้และทัศนคติที่ดีขึ้นต่อราคาของน้ำดื่มอีกด้วย