

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าน้ำดื่มตราภินรีในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาของลูกค้าน้ำดื่มตราภินรีในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากลูกค้า จำนวน 280 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล การศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 40 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีอาชีพรับจ้างมากที่สุด และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-4 คน

##### ส่วนที่ 2 ลักษณะการบริโภคน้ำดื่มตราภินรี

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคน้ำดื่มตราภินรีเพียงยี่ห้อเดียว โดยขนาดบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบริโภคมมากที่สุด คือ บรรจุขวดปริมาณ 950 ซม<sup>2</sup> และปริมาณการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดปริมาณ 950 ซม<sup>2</sup> ปริมาณ 1-2 ถัง/สัปดาห์ ปริมาณการบริโภคน้ำดื่มบรรจุถัง ปริมาณ 20 ลิตร บริโภคปริมาณ 1-2 ถัง/สัปดาห์ และบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดปริมาณ 950 ซม<sup>2</sup> ปริมาณการบริโภคน้ำดื่มต่อสัปดาห์ 1-2 ถัง/ถัง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำดื่มบรรจุถัง ปริมาณ 20 ลิตร ปริมาณการบริโภคน้ำดื่มต่อสัปดาห์ 1-2 ถัง/ถัง และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการชื้อน้ำดื่มตราภินรีต่อเดือน 51-200 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าน้ำดื่มตราภินรีมาเป็นเวลา 4-6 ปี การชำระค่าน้ำดื่มโดยจ่ายทุกครั้งที่มีการส่ง และเหตุผลที่เลือกน้ำดื่มตราภินรีมากที่สุด คือ ความสะดวก มีการส่งถึงบ้าน โดยส่วนใหญ่ก็นำน้ำดื่มตราภินรีไปใช้ในการดื่ม

### ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้า ในการบริโภคน้ำดื่มตรากินรี

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในแต่ละปัจจัยย่อย มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม รองลงมาคือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย. บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด และรสชาติของน้ำดื่ม

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในแต่ละปัจจัยย่อย มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ และความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในแต่ละปัจจัยย่อย มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มารยาทของพนักงาน รองลงมาคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่ง โดยรถยนต์ และความสม่ำเสมอในการขนส่ง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในแต่ละปัจจัยย่อย มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม และการให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้า ในการบริโภคน้ำดื่มตรากินรี จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

#### 4.1 ความพึงพอใจของลูกค้า ในการบริโภคน้ำดื่มตรากินรี จำแนกตามเพศ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย. บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด รองลงมาคือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม และ ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ (ขวด/ถัง)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม รองลงมาคือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย. บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น

### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ การนำส่งถึงสถานที่สั่งโดยรถยนต์ รองลงมาคือ มารยาทของพนักงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ มารยาทของพนักงาน รองลงมาคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่งโดยรถยนต์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือมีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

### 4.2 ความพึงพอใจของลูกค้า ในการบริโภคน้ำดื่มตราภินรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา และประถมศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม รองลงมาคือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. / ปวส. มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม รองลงมาคือการรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด และรสชาติของน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือการรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด รองลงมาคือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม และความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ (ขวด/ถัง)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากอันดับแรก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม รองลงมาคือ การปิดผนึกฝาบรรจุภัณฑ์ และปริมาณที่บรรจุมีขนาดพอเหมาะกับการใช้งาน

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ มารยาทของพนักงาน รองลงมาคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่ง โดยรถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ การนำส่งถึงสถานที่สั่ง โดยรถยนต์ รองลงมาคือ มารยาทของพนักงาน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา ประถมศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช./ปวส. มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรก คือ การให้ส่วนลดถ้าสั่งซื้อจำนวนมาก รองลงมาคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

#### 4.3 ความพึงพอใจของลูกค้า ในการบริโภคน้ำดื่มตรากินรี จำแนกตามรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาท และ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม รองลงมาคือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม รองลงมาคือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด และ ปริมาณที่บรรจุมีขนาดพอเหมาะกับการใช้งาน รองลงมา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ของครัวเรือน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ของครัวเรือนต่ำกว่า 5,001 บาท 5,001-10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ มารยาทของพนักงาน รองลงมาคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่ง โดยรถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ของครัวเรือน มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ มารยาทของพนักงาน รองลงมาคือ อาคารสำนักงานหาง่าย การติดต่อสะดวก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ของครัวเรือนต่ำกว่า 5,001 บาท และ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ของครัวเรือน 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือ การให้ส่วนลดถ้าสั่งซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ของครัวเรือน มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม การให้ส่วนลดถ้าสั่งซื้อจำนวนมาก และการนำเสนอการจำหน่ายน้ำดื่มให้กับลูกค้ารายใหม่

#### 4.4 ความพึงพอใจของลูกค้า ในการบริโภคน้ำดื่มตรากินรี จำแนกตามรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร รับจ้างทั่วไป ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม รองลงมาคือ การรับรองคุณภาพ โดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด

**ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ** มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การรับรองคุณภาพ โดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด รองลงมาคือมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร รับจ้างทั่วไป ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น

**ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ** มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น รองลงมาคือ ความเหมาะสมของการปรับขึ้นราคาน้ำดื่มในแต่ละครั้ง

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร และรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ มารยาทของพนักงาน รองลงมาคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่ง โดยรถยนต์

**ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ** มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่ง โดยรถยนต์ รองลงมาคือ มารยาทของพนักงาน

**ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว** มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่ง โดยรถยนต์ และมารยาทของพนักงาน รองลงมาคือ ความสม่ำเสมอในการขนส่ง

**ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ** มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ มารยาทของพนักงาน รองลงมาคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่ง โดยรถยนต์ และอาคารสำนักงาน หาง่าย การติดต่อสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป และธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรกคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือ การให้ส่วนลดถ้าสั่งซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม การนำเสนอการจำหน่ายน้ำดื่มให้กับลูกค้ารายใหม่ รองลงมาคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม และการให้ส่วนลดถ้าสั่งซื้อจำนวนมาก

#### 4.5 ความพึงพอใจของลูกค้า ในการบริโภคน้ำดื่มตราภินรี จำแนกตามขนาดบรรจุที่ใช้ในการบริโภค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคขนาดบรรจุขวดปริมาณ 950 ซม. มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม รองลงมาคือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด และ ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ (ขวด/ถัง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคขนาดบรรจุถังปริมาณ 20 ลิตร มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุมีขนาดพอเหมาะกับการใช้งาน และ รสชาติของน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคทั้งแบบบรรจุขวดและแบบบรรจุถัง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ การรับรองคุณภาพโดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด รองลงมาคือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกขนาดบรรจุที่ใช้ในการบริโภค มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคขนาดบรรจุขวดปริมาณ 950 ชม. และ ขนาดบรรจุถังปริมาณ 20 ลิตร มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ มารยาทของพนักงาน รองลงมาคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่งโดยรถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคทั้งแบบบรรจุขวดและแบบบรรจุถัง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ การนำส่งถึงสถานที่สั่งโดยรถยนต์ รองลงมาคือ มารยาทของพนักงาน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคขนาดบรรจุขวดปริมาณ 950 ชม มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคขนาดบรรจุถังปริมาณ 20 ลิตร และบริโภคทั้งแบบบรรจุขวดและแบบบรรจุถัง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม รองลงมาคือ การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม

### อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าน้ำดื่มตรากินรีในอำเภอเขียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) ของ ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และคณะฯ (2542) ได้แก่กล่าวถึง ประกอบด้วย ปัจจัยผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยราคา (Price) ปัจจัยสถานที่/บริการ (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจโดยให้มีคุณสมบัติและคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม การรับรองคุณภาพโดยมีตราอย. บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด และรสชาติของน้ำดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปฏิพร โพธิ์รังสิยากร (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม่มีสี ไม่มีตะกอน ไม่มีตะไคร่ ไม่มีกลิ่น มี



เครื่องหมาย อย. รับรองคุณภาพ และมีความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีรรัตน์ ธีรพันธุ์พาณิชย์ (2542) ได้ศึกษาเรื่องการค้าเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสะอาดของน้ำและภาชนะบรรจุ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อนพ อนันตวีระพันธุ์ (2538) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การมีตรารับรองคุณภาพ ตัวน้ำในภาชนะที่ใสและปราศจากตะกอน

**ปัจจัยด้านราคา** หมายถึง สิ่งกำหนดมูลค่าของสินค้า และบริการให้เหมาะสมเพื่อธุรกิจจะสามารถจำหน่ายสินค้า และบริการไปสู่ที่ที่มีความต้องการได้ โดยการกำหนดราคา กิจการจะต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ประกอบ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ และความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ของสุภาวดี ประชากุล (2543) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคา ได้แก่ น้ำมีราคาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปฎิพร โพธิ์รังสิยากร (2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านราคา ได้แก่ ราคาของน้ำดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อนพ อนันตวีระพันธุ์ (2538) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้านราคาของน้ำดื่มแพงเกินไป

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** หมายถึง การจัดสินค้าและบริการในปริมาณที่ถูกต้อง สถานที่ที่ถูกต้อง และภายในเวลาที่เหมาะสม จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ มารยาทของพนักงาน การนำส่งถึงสถานที่สั่งโดยรถยนต์ และความสม่ำเสมอในการขนส่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของปฎิพร โพธิ์รังสิยากร (2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการขนส่งและพนักงาน ได้แก่ความสม่ำเสมอในการจัดส่งน้ำ กิริยามารยาทและความเป็นกันเองกับลูกค้าของพนักงานขนส่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อให้ผู้ซื้อมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการเป็นอย่างดีรวมทั้งเป็นการสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภค เพื่อจูงใจตลาดเกี่ยวกับสินค้าและบริการของธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม และการให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของปฏิพร โพธิ์ริงสิยากร (2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ข้อมูลในแผ่นพับของน้ำดื่มมีรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการผลิตเพียงพอ ในรายละเอียดอื่นๆ ในแผ่นพับมีมากพอให้ลูกค้าได้อ่าน

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

1. ลักษณะการบริโภคน้ำดื่มตรากนิรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคน้ำดื่มตรากนิรีเพียงยี่ห้อยี่ห้อเดียว โดยบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้ในการบริโภคมากที่สุด คือ บรรจุขวดปริมาณ 950 ซม. ปริมาณในการบริโภค 1-2 ลิ้ง/สัปดาห์ โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการชื้อน้ำดื่มตรากนิรีต่อเดือน 51-200 บาท โดยเหตุผลที่เลือกน้ำดื่มตรากนิรีน้อยที่สุดคือ ชื่อเสียงของน้ำดื่มตรากนิรี
2. ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่และบริการ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด โดยพบว่าในส่วนของราคาปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ความเหมาะสมของค่าประกันบรรจุภัณฑ์ (ถังละ 100 บาท แบบขวดถังละ 300บาท) ความเหมาะสมของการปรับขึ้นราคาน้ำดื่มในแต่ละครั้ง และความเหมาะสมของค่าปรับหากเกิดความเสียหายกับบรรจุภัณฑ์ และในด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การนำเสนอการจำหน่ายน้ำดื่มให้กับลูกค้ารายใหม่ และการให้ส่วนลดถ้าสั่งซื้อจำนวนมาก

ตารางที่ 43 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาด จากค่าเฉลี่ยน้อยไปหามาก

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้ส่วนลดถ้าสั่งซื้อจำนวนมาก	3.08	ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าปรับหากเกิดความเสียหายกับบรรจุภัณฑ์	3.09	ปานกลาง
ความเหมาะสมของการปรับขึ้นราคาน้ำดื่มในแต่ละครั้ง	3.23	ปานกลาง
การนำเสนอการจำหน่ายน้ำดื่มให้กับลูกค้ารายใหม่	3.38	ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าประกันบรรจุภัณฑ์	3.39	ปานกลาง
การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในการขนส่ง หรือการผลิตน้ำดื่ม	3.52	มาก
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น	3.64	มาก
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม	3.66	มาก
ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก	3.69	มาก
ชื่อเสียง ครา ยี่ห้อ	3.69	มาก
ความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงการสั่งซื้อ	3.71	มาก
ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.81	มาก
อาคารสำนักงานห่างไกล การติดต่อสะดวก	3.83	มาก
ความตรงต่อเวลา	3.83	มาก
การปิดผนึกฝาบรรจุภัณฑ์	3.88	มาก
ความรวดเร็วการขนส่ง	3.91	มาก
ความสม่ำเสมอในการขนส่ง	3.93	มาก
ความสะดวกในการเปิดใช้	3.94	มาก
กลิ่นของน้ำดื่ม	3.96	มาก
ปริมาณที่บรรจุมีขนาดพอเหมาะกับการใช้งาน	3.98	มาก
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.98	มาก
รสชาติของน้ำดื่ม	4.04	มาก
ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ (ขวด/ถัง)	4.05	มาก
การนำส่งถึงสถานที่สั่ง โดยรถยนต์	4.13	มาก

ตารางที่ 43 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาด จากค่าเฉลี่ยน้อยไปหามาก

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การรับรองคุณภาพ โดยมีตรา อย.บนผลิตภัณฑ์ทุกขวด	4.16	มาก
มารยาทของพนักงาน	4.18	มาก
ความใสสะอาดของน้ำดื่ม	4.26	มาก

#### ด้านปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาชนะที่บรรจุน้ำดื่มตรากินรีบางครั้งมีรอยบุบ หรือหมดสภาพการใช้งาน บรรจุภัณฑ์ไม่สะอาด บางครั้งมีคราบสกปรก ล้างไม่สะอาด ด้านราคา พบว่า ราคาแพงเกินไป ขึ้นราคาไม่บอกลูกค้า และขาดรายละเอียดในการจ่ายเงิน ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ส่งไม่ตรงเวลา ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าขาดการให้ส่วนลด ขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลน้ำดื่ม

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อเสนอแนะแก่ผู้บริหารของน้ำดื่มตรากินรี ในการบริหารและจัดการทางด้านส่วนประสมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ควรให้ความสำคัญในเรื่องของภาชนะบรรจุน้ำดื่ม โดยมีการตรวจสอบสภาพบรรจุภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ เมื่อพบว่าบรรจุภัณฑ์มีการชำรุดหรือหมดสภาพควรเปลี่ยนใหม่ทันที และต้องเน้นถึงความสะอาดบรรจุภัณฑ์อยู่เสมอ ในส่วนของขั้นตอนกระบวนการบรรจุน้ำดื่ม ต้องให้ความระมัดระวังในเรื่องของการปิดผนึกฝาบรรจุภัณฑ์ การปิดฝาขวดเพื่อป้องกันน้ำรั่วซึม ควรมีความพิถีพิถันในการปิดฝา มีการตรวจสอบหลังการบรรจุ และตรวจสอบทุกครั้งก่อนนำออกจำหน่ายให้กับลูกค้า การบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงความสะดวกในการเปิดใช้ด้วย

**ด้านราคา** จากการศึกษพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านความเหมาะสมของค่าปรับหากเกิดความเสียหายกับบรรจุภัณฑ์ และความเหมาะสมของการปรับขึ้นราคาน้ำดื่มในแต่ละครั้ง ดังนั้นควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าเมื่อมีการปรับขึ้นราคา และหากจะขึ้นราคาใน

แต่ครั้งควรพิจารณาถึงความเหมาะสมโดยการเปรียบเทียบกับต้นทุนในการผลิตของกิจการ สำหรับราคาค่าประกันบรรจุกฎบัตรชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึงต้นทุนของบรรจุกฎบัตรและราคาค่าประกันบรรจุกฎบัตรและการคืนเงินกรณีให้ผู้บริโภคยกเลิกการเป็นสมาชิก และมีข้อแม้ว่าระหว่างการประกันลูกค้าจะต้องสั่งซื้อตลอดไปเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และในการตั้งราคาจำหน่าย ควรพิจารณาราคาของคู่แข่งกัน หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งจะทำให้ลูกค้าอาจมองว่าขายแพงเกินไป และเมื่อรับเงินค่าน้ำดื่มควรออกใบเสร็จรับเงินให้ทุกครั้ง

ด้านการจัดจำหน่าย กิจการใช้รถยนต์บรรทุกน้ำส่งตามบ้านซึ่งลูกค้าพอใจแต่ควรฝึกให้พนักงานมีใจบริการและตระหนักถึงหน้าที่บริการอย่างสุภาพ มีความเป็นกันเอง และส่งน้ำดื่มให้ตรงเวลา โดยเฉพาะในฤดูร้อนต้องเอาใจใส่ในการสอบถามถึงความต้องการน้ำดื่มเพิ่มขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านการให้ส่วนลดถ้าสั่งซื้อจำนวนมาก และการนำเสนอการจำหน่ายน้ำดื่ม ดังนั้น กิจการควรมีการให้ส่วนลดหรือมีการแถมน้ำดื่มให้กับลูกค้าที่การสั่งซื้อปริมาณมากหรือลูกค้าประจำ นอกจากนั้นควรจัดอบรมพนักงานขาย (ส่งน้ำ) ให้ทำการตลาดเชิงรุกมากขึ้น โดยการสังเกตบ้านที่ยังไม่ได้ซื้อน้ำดื่มตราภินิระและเข้าไปเสนอขาย ทั้งนี้การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ระดับพนักงานขาย ควรตอบแทนความสามารถของพนักงานขาย เช่น การแข่งขันระหว่างพนักงานขายด้วยกัน โดยการแจกโบนัส การแข่งขันการทำยอดขายตามเป้า หรืออาจจัดการแข่งขันเป็นเขต เป็นกลุ่ม และประกาศเกียรติคุณสำหรับพนักงานขายดีเด่น ประจำเดือน ประจำปี เป็นต้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น

นอกจากนี้ผู้บริหารกิจการควรพิจารณาในการโฆษณาผ่านสื่อเพิ่มขึ้น เช่น วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยอาจจัดทำเป็นระยะ เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ยืมชื่อเสียง ตรายี่ห้อของกิจการ และเกิดการรับรู้ถึงความแตกต่างของระบบการผลิตจากยี่ห้ออื่น และควรมีการจัดทำแผ่นพับรายละเอียดเกี่ยวกับน้ำดื่มของกิจการแจกให้กับลูกค้าแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนของกระบวนการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น เพราะแผ่นพับจะเป็นสื่อโดยตรงจากผู้ผลิตถึงลูกค้าและกระจายไปยังลูกค้าเป้าหมายด้วยตัวเอง เมื่อลงทุนในการทำแผ่นพับแล้วก็ควรนำออกมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งจะช่วยเสริมภาพพจน์ที่ดีต่อตรายี่ห้อ และยังช่วยเพิ่มความเข้าใจให้กับลูกค้าเดิมจะส่งผลให้เกิดการรับรู้และเกิดทัศนคติที่ดีขึ้นต่อราคาของน้ำดื่มของกิจการต่อไป