

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร รวมทั้งเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการเครื่องดื่มเกลือแร่ หรือผู้สนใจในการลงทุนทำธุรกิจสามารถนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครและเคยดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตามสนามกีฬา ลานกีฬา สวนสาธารณะ สถานออกกำลังกาย มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่รวบรวม ผู้ศึกษานำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ เช่น ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริโภคที่อาศัยในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน เป็นเพศชายร้อยละ 65.5 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 34.5 มีอายุระหว่าง 21-25 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 75.5 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 61.5 และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่

น้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ที่หือสปอนเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 70.5 โดยให้เหตุผลสำคัญที่ทำให้ดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ เพื่อทดแทนเกลือแร่ที่สูญเสียไป คิดเป็นร้อยละ 38.5 และซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ที่ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11, Lotus Express คิดเป็นร้อยละ 82.0 มีความเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมคือ ขวดแก้ว คิดเป็นร้อยละ 71.0 ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มเกลือแร่จาก โทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 83.0 ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ที่หือเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 61.5

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดในเรื่องการมีเครื่องหมาย อย.

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุดในเรื่องการสามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์

**ปัจจัยหลัก** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ฯลฯ

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามเพศ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือการมีเครื่องหมาย อย.

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือสามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์

**ปัจจัยหลัก** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุกัญหณ์ ตรีयीหื้อ ฯลฯ

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอายุ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุเกิน 20 ปี คือมีเครื่องหมาย อย. ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี คือมีคำแนะนำในการบริโภค

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือมีสถานที่จัดจำหน่ายหลายแห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือสามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือสามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกของทุกช่วงอายุ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี คือมีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี คือมีส่วนให้ความช่วยเหลือชุมชน

**ปัจจัยหลัก** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุกัณท์ ทรายี่หือ ฯลฯ ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยหลักระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุกัณท์ ทรายี่หือ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยหลักระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านราคา เช่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาถูก ราคาหลากหลายตามขนาดบรรจุ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักในระดับมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุกัณท์ ทรายี่หือ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยหลักระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุกัณท์ ทรายี่หือ ฯลฯ และด้านการจัดจำหน่าย เช่น สถานที่จัดจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย ปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการซื้อ ฯลฯ

#### **ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอาชีพ**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ มีเครื่องหมาย อย.

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ สามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกของนักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจคือมีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านคือมีการสนับสนุนกิจกรรมกีฬา ต่าง ๆ และผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่นๆ คือมีส่วนให้ความช่วยเหลือชุมชน

**ปัจจัยหลัก** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานบริษัท/ห้างร้าน ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยหลักในระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุกัณท์ ทรายี่หือ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/

พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก คือ ด้านราคา เช่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาถูก ราคาหลากหลายตามขนาดบรรจุ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยหลักในระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านการจัดจำหน่าย เช่น สถานที่จัดจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย ปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการซื้อ ฯลฯ

## ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่

### จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ในเรื่องมีคำแนะนำในการบริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือการมีเครื่องหมาย อย.

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากที่สุด เรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ มีสถานที่จัดจำหน่ายหลายแห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ สามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001–20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ มีส่วนให้ความช่วยเหลือชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ สนับสนุนกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ และมีส่วนให้ความช่วยเหลือชุมชนเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือมีส่วนให้ความช่วยเหลือชุมชน

**ปัจจัยหลัก** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยหลักในระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านการจัดจำหน่าย เช่น สถานที่จัดจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย ปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการซื้อ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000–10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยหลักในระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001–15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักในระดับมากที่สุด ด้านการจัดจำหน่าย เช่น สถานที่จัดจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย ปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการซื้อ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ฯลฯ และ ด้านการจัดจำหน่าย เช่น สถานที่จัดจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย ปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการซื้อ ฯลฯ เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักในระดับมาก โดยปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ด้านราคา เช่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาถูก ราคาหลากหลายตามขนาดบรรจุ ฯลฯ และด้านการจัดจำหน่าย เช่น สถานที่จัดจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย ปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการซื้อ ฯลฯ เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ฯลฯ

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร อภิปรายผลตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดแต่ละด้านได้ดังนี้

**P ที่ 1 ผลิตภัณฑ์ (Product)** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการมีเครื่องหมาย ออ. ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินภา เฟ็งโสภา (2548) ศึกษาเรื่อง ทศนคติ พฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือการมีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ วัน/เดือน/ปีที่ผลิตและหมดอายุอย่างชัดเจน ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ มีรสชาติให้เลือก

หลากหลาย มีขนาดปริมาณบรรจุให้เลือกหลากหลาย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์สวยงามทันสมัย และ สีสีนของฉลากสวยงามสะดุดตา ตามลำดับ

**P ที่ 2 ราคา (Price)** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และราคามีให้เลือกหลากหลายตามขนาดบรรจุตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินภา เฟ็งโสภา (2548) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคามีให้เลือกหลากหลายตามขนาดปริมาณบรรจุ และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นๆ ตามลำดับ

**P ที่ 3 การจัดจำหน่าย (Place)** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง สามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินภา เฟ็งโสภา (2548) ที่พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ การมีความสะดวกในการหาซื้อ และการมีสถานที่จัดจำหน่ายหลากหลายช่องทาง ตามลำดับ

**P ที่ 4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง การมีโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินภา เฟ็งโสภา (2548) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่ม  
เกลือแร่ ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
มีเครื่องหมาย อย.	4.40 (มากที่สุด)	ด้านผลิตภัณฑ์
สามารถหาซื้อได้ง่ายมีจำหน่ายทั่วไป	4.33 (มากที่สุด)	ด้านการจัดจำหน่าย
มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ วันที่ผลิต วันหมดอายุอย่างชัดเจน	4.19 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา		ด้านการจัดจำหน่าย
มีคำแนะนำในการบริโภค	4.17 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
มีสถานที่จำหน่ายหลายแห่ง	4.16 (มาก)	ด้านการจัดจำหน่าย
รสชาติอร่อย	4.12 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์	4.04 (มาก)	ด้านราคา
ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก	4.02 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความ ต้องการ	3.95 (มาก)	ด้านการจัดจำหน่าย

จากตารางที่ 34 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 10 ปัจจัยแรก ส่วนใหญ่เป็น  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการจัดจำหน่าย และมีปัจจัยย่อยด้านราคารวมอยู่ด้วย 1 ปัจจัยย่อย ดังนั้น  
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ควรให้ความสำคัญจึงเป็นปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และ  
ราคา



### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ได้ค้นพบความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการมีเครื่องหมาย อย. และผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการมีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ วันที่ผลิต วันหมดอายุอย่างชัดเจน
2. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องตราหือเป็นที่รู้จักและชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต
3. ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่อง สามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป และมีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา
4. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญระดับมากในเรื่อง มีการสนับสนุนกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ และมีส่วนให้ความช่วยเหลือชุมชน
5. ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่อง มีการให้สะสมชิ้นส่วนเพื่อแลกของรางวัล มีการจัดรายการส่งเสริมส่วนชิงโชค มีการแจกของแถม และมีเว็บไซต์ เผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และร่วมชิงรางวัล

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาที่ได้ในครั้งนี ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการมีเครื่องหมาย อย. และการมีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ วันที่ผลิต วันหมดอายุอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความรู้และสื่อสารกับผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย มีสุขลักษณะที่ดีในการผลิตทั้งสถานที่ตั้ง สถานที่ผลิต เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต รวมถึงบุคลากรที่ปฏิบัติงาน และผลิตภัณฑ์ผ่านการวิเคราะห์ตามมาตรฐานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมทั้งการมีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ วันที่ผลิต วันหมดอายุอย่างชัดเจนบนฉลาก นอกจากนี้เรื่องมีเครื่องหมาย อย. ผู้ประกอบการควรจัดให้มีคำแนะนำในการบริโภคไว้บนฉลากของเครื่องดื่มเกลือแร่ และให้ความสำคัญต่อรสชาติของเครื่องดื่มเกลือแร่ โดยควรทำการวิจัยตลาดเพื่อพัฒนารสชาติให้ถูกใจผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรจะมุ่งเน้นการสร้างตราหือสินค้าให้เป็นที่

รู้จัก โดยการสื่อสารให้เกิดการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เกิดการบริโภคมากยิ่งขึ้น

**ด้านราคา** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่เต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อแลกกับคุณภาพและความปลอดภัยที่จะได้รับ ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยต้องคำนึงถึงต้นทุนที่แท้จริงในกระบวนการผลิตมาพิจารณาตั้งราคาสินค้า เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและกำลังซื้อของผู้บริโภค ควรมีการสำรวจคู่แข่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่ามีการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอย่างไร เพื่อนำมาใช้อ้างอิงสำหรับการกำหนดราคาของตนเองและเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีราคาให้เลือกหลากหลายตามขนาดบรรจุ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในระดับราคาและปริมาณที่หลากหลายมากขึ้น ไม่ต้องถูกจำกัดด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเดียวและขนาดปริมาณบรรจุเพียงขนาดเดียว

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องสามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป และมีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าให้มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับทุก ๆ ช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคได้กว้างขวางที่สุด ไม่ว่าจะเป็นช่องทางโมเดิร์นเทรด ทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ รวมทั้งเน้นการวางสินค้าตามจุดต่างๆ เช่น สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส และฟิตเนส หรือสถานที่ที่มีการสูญเสียเหงื่อ เช่น สวนสาธารณะ โรงงาน สถานศึกษา เป็นต้น ส่วนผู้เช่าของร้านค้าทั่วประเทศก็เป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญเพื่อเข้าสู่ตลาดผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีการบริหารสินค้าคงคลังให้ดี ไม่ให้สินค้าขาดสต็อก เพราะถ้าไม่มีสต็อกที่ต้องการผู้บริโภคจะเปลี่ยนยี่ห้อเครื่องดื่มได้ง่าย และควรมีการเติมสินค้าให้เต็มชั้นวางจำหน่ายสินค้าตลอดเวลา เพื่อไม่ให้เสียโอกาสในการขายและจะทำให้ยอดจำหน่ายสินค้ามากยิ่งขึ้น

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ประกอบการควรมีการส่งเสริมการตลาดโดยเน้นหนักไปที่สื่อโทรทัศน์ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง โดยเน้นการโฆษณาในเรื่องคุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้ ความเข้าใจกับผู้บริโภคในเรื่องมาตรฐานระบบคุณภาพต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจและก่อให้เกิดความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องการสนับสนุนกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ และมีส่วนให้ความช่วยเหลือชุมชน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นการสนับสนุนกิจกรรมทางด้านกีฬา เช่น การจัดรายการแข่งขันบาสเกตบอล การสนับสนุนการวิ่ง การแข่งขันกีฬาต่างๆ การเป็นผู้สนับสนุนรายการเดินแอโรบิก หรือการสนับสนุนการเล่นฟุตบอลหรือกีฬาต่างๆ ให้กับนักเรียน นักศึกษาใน

สถานศึกษาต่างๆ สำหรับการส่งเสริมการตลาดที่มีส่วนให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชน ผู้ประกอบการควรสนับสนุนกิจกรรมการปลูกป่า การเก็บขยะในแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สูญเสียเงินเพื่อเป็นการตอกย้ำในการรับรู้ในตราชี้ห่อให้เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค ทั้งยังเป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมเข้ากับตัวผลิตภัณฑ์ เป็นการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับการบริโภค เครื่องดื่มเกลือแร่ภายหลังการสูญเสียเงิน

นอกจากนี้ถ้าพิจารณาตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน นอกจากการดำเนินการข้างต้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับลูกค้าเพศชาย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้ ในเรื่องผลิตภัณฑ์ควรมีรสชาติให้เลือกหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มนี้ได้เลือกซื้อรสชาติที่ชอบและทดลองรสชาติใหม่ๆ โดยผู้ประกอบการควรมีการวิจัยและพัฒนาเครื่องดื่มเกลือแร่รสชาติใหม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและออกรสชาติใหม่เป็นระยะๆ และทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบเพื่อให้เกิดการตลาดซื้อมากที่สุด และควรมีขนาดบรรจุหลายขนาดให้เลือก เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มนี้สามารถเลือกขนาดบรรจุได้ตรงกับความต้องการ