

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความความพึงพอใจของผู้ค้าปลีกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ค้าปลีกจำนวน 210 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศ หญิง อายุ 21-30 ปี ตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ยอดจำหน่ายสินค้าเฉลี่ย ต่อเดือนจากรูรกิจค้าปลีก ไม่เกิน 50,000 บาท ระยะเวลาเปิดดำเนินการค้าของกิจการมากที่สุดคือ 3-5 ปี บริเวณที่ตั้งของกิจการส่วนใหญ่ คือ แหล่งชุมชน โดยประเภทสินค้าที่ผู้ค้าปลีกจำหน่ายมากกว่าสินค้าชนิดอื่น คือน้ำดื่ม จำหน่ายน้ำแร่ประเภทน้ำแร่ไม่มีฟอง นอกจากจำหน่ายน้ำแร่มีเนเร่แล้ว น้ำแร่ตราอื่นที่ออกร้าเป็นตราอื่นที่ซื้อมาจำหน่ายมากที่สุด ปริมาณบรรจุ 0.5 ลิตรเป็นขนาดของน้ำแร่มีเนเร่ที่ซื้อมาเพื่อจำหน่ายมากที่สุด การสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่เมื่อ น้ำแร่มีเนเร่หมด ระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่าย 1-2 ปี การสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่าย สัปดาห์ละครั้ง การซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง มีมูลค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท สาเหตุที่สั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายเนื่องจากมีบริการส่งถึงร้านค้า ได้รับ น้ำแร่มีเนเร่หลังจากสั่งซื้อในทันทีเมื่อสั่งซื้อ ผู้ที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่ ส่วนมากเป็นเจ้าของกิจการ ข้อมูลจากพนักงานขายน้ำแร่มีเนเร่ทำให้ผู้ค้าปลีกซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่าย ข่าวสาร โฆษณาทางโทรทัศน์ มีผลต่อตัดสินใจซื้อน้ำแร่มีเนเร่ เื่อนใจในการชำระเงินค่าน้ำแร่มีเนเร่เป็นแบบชำระเงินด้วยเงินสด เมื่อน้ำแร่มีเนเร่ส่งมาถึงร้านค้าผู้ค้าปลีกมีการชำระเงินทันที

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มิเนเรอของ ผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห่อน้ำแร่มิเนเรอมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ น้ำแร่มิเนเรอมีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5, 1.5 และ 6 ลิตร

**ด้านราคา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 2 ลำดับแรกคือ มีการให้เครดิตการค้าเป็นเงินเชื่อ และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวก รองลงมาคือ ราคาขายส่งน้ำแร่มิเนเรอให้ร้านค้าเป็นราคาที่เหมาะสม

**ด้านการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ บริการส่งน้ำแร่มิเนเรอให้ถึงร้านค้า รองลงมาคือ บริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเรอมีความรวดเร็วและเชื่อถือได้

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานขายน้ำแร่มิเนเรอ มีความสุภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า รองลงมามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง การโฆษณา น้ำแร่มิเนเรอทางโทรทัศน์ นิตยสาร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อ ปัจจัย ส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มิเนเร่ จำแนกตาม ระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้าน มูลค่าเฉลี่ยในการซื้อน้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้ง และผู้ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่ในร้านค้า

3.1 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อ ปัจจัย ส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มิเนเร่ จำแนกตามระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้าน

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อ 1-2 ปี 3-4 ปี และ 4 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ น้ำแร่มิเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5, 1.5 และ 6 ลิตร รองลงมา คือ การบรรจุหีบห่อมีความเหมาะสมสะดวกในแต่ละขนาด (0.5, 1.5 และ 6 ลิตร)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้าน 1-2 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทรายี่ห้อน้ำแร่มิเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ รองลงมา คือ ลักษณะรูปทรงของขวดทันสมัย สวยงามกว่ายี่ห้ออื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้าน 3-4 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ น้ำแร่มิเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5, 1.5 และ 6 ลิตร รองลงมาคือ ทรายี่ห้อน้ำแร่มิเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้าน 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทรายี่ห้อน้ำแร่มิเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ น้ำแร่มิเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5, 1.5 และ 6 ลิตร

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 1 ปี 1-2 ปี และ 4 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อ 3-4 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเรมาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาขายส่งน้ำแร่มิเนเรมาให้ร้านค้าเป็นราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือ มีระยะเวลาการให้เครดิตการค้าไม่เกิน 30 วัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเรมาจำหน่ายในร้าน 1-2 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการให้เครดิตการค้า เป็นเงินเชื่อ รองลงมาคือ มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเรมาจำหน่ายในร้าน 3-4 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ถ้าไรที่ได้รับจากการขายน้ำแร่มิเนเรมาความเหมาะสม รองลงมาคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเรมาจำหน่ายในร้าน 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาขายส่งน้ำแร่มิเนเรมาให้ร้านค้าเป็นราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวก

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ในทุกระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเรมาจำหน่ายในร้าน มีความพึงพอใจต่อด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเรมาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเรมาด้วยความรวดเร็วและเชื่อถือได้ รองลงมาคือ บริการส่งน้ำแร่มิเนเรมาให้ถึงร้านค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเรมาจำหน่ายในร้าน 1-2 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริการส่งน้ำแร่มิเนเรมาให้ถึงร้านค้า รองลงมาคือบริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเรมาด้วยความรวดเร็วและเชื่อถือได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเรมาจำหน่ายในร้าน 3-4 ปี มีความพึงพอใจต่อด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือบริการส่งน้ำแร่มิเนเรมาให้ถึงร้านค้า รองลงมาคือ บริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเรมาด้วยความรวดเร็วและเชื่อถือได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเรมาจำหน่ายในร้าน 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริการส่งน้ำแร่มิเนเรมาให้ถึงร้านค้า และ บริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเรมาได้ครบตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ บริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเรมาด้วยความรวดเร็วและเชื่อถือได้

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มินิเร่มาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 1 ปี 1-2 ปี และ 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อ 3-4 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มินิเร่มาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขาย น้ำแร่มินิเร่มีคุณภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า รองลงมาคือ การโฆษณา น้ำแร่มินิเร่ทางโทรทัศน์ นิตยสาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มินิเร่มาจำหน่ายในร้าน 1-2 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานขาย น้ำแร่มินิเร่มีคุณภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า รองลงมาคือ บริการตกแต่งร้านค้าและมีอุปกรณ์ตกแต่งร้านค้าให้ฟรีเช่น รม ผ้าปูโต๊ะ สติกเกอร์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มินิเร่มาจำหน่ายในร้าน 3-4 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานขาย น้ำแร่มินิเร่มีคุณภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า รองลงมาคือ การโฆษณา น้ำแร่มินิเร่ทางโทรทัศน์ นิตยสาร

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มินิเร่มาจำหน่ายในร้าน 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขาย น้ำแร่มินิเร่มีคุณภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า รองลงมาคือ การโฆษณา น้ำแร่มินิเร่ทางโทรทัศน์ นิตยสาร

### 3.2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ จำแนกตาม มูลค่าเฉลี่ยในการซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้งมากกว่า 2,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท 1,001-2,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถาม มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อน้ำแร่มีเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ น้ำแร่มีเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5, 1.5 และ 6 ลิตร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง 1,001-2,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อน้ำแร่มีเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก โดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ น้ำแร่มีเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5, 1.5 และ 6 ลิตร

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง มากกว่า 2,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ น้ำแร่มีเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5, 1.5 และ 6 ลิตร รองลงมาคือ ทรายี่ห้อน้ำแร่มีเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท 1,001-2,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง มากกว่า 2,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาขายส่งน้ำแร่มีเนเร่ให้ร้านค้าเป็นราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือ มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และ กำไรที่ได้รับจากการขายน้ำแร่มีเนเร่มีความเหมาะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้ง 1,001-2,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด รองลงมาคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้ง มากกว่า 2,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีการให้เครดิตการค้า เป็นเงินเชื่อ รองลงมาคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวก

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้ง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท 1,001-2,000 บาท และมากกว่า 2,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้ง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือบริการส่งน้ำแร่มิเนเร่ให้ถึงร้านค้า รองลงมาคือ บริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเร่มีความรวดเร็วและเชื่อถือได้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้ง 1,001-2,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ บริการส่งน้ำแร่มิเนเร่ให้ถึงร้านค้า รองลงมาคือ บริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเร่มีความรวดเร็วและเชื่อถือได้

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้ง มากกว่า 2,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ บริการส่งน้ำแร่มิเนเร่ให้ถึงร้านค้า รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อสั่ง ซื่อสินค้าทางโทรศัพท์และแฟกซ์จากตัวแทนจำหน่าย และบริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเร่มีความรวดเร็วและเชื่อถือได้

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี มูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อ น้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้ง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท 1,001-2,000 บาท และมากกว่า 2,000 บาท 5,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานขายน้ำแร่มิเนเร่มีความสุภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า รองลงมาคือ การโฆษณา น้ำแร่มิเนเร่ทางโทรทัศน์ นิตยสาร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้ง 1,001-2,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานขายน้ำแร่มิเนเร่มีความสุภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า บริการส่งน้ำแร่มิเนเร่ให้ถึงร้านค้า รองลงมาคือ การ โฆษณาน้ำแร่มิเนเร่ทางโทรทัศน์ นิตยสาร

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีมูลค่าเฉลี่ยในการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่แต่ละครั้ง มากกว่า 2,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานขายน้ำแร่มิเนเร่มีความสุข เอาใจใส่ และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า รองลงมาคือ บริการตกแต่งร้านค้าและมีอุปกรณ์ตกแต่งร้านค้าให้ฟรีเช่น รม ผ้าปูโต๊ะ สติกเกอร์

### 3.3 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มิเนเร่ จำแนกตามผู้ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่ในร้านค้า

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ และไม่ใช่เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อน้ำแร่มิเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ น้ำแร่มิเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5, 1.5 และ 6 ลิตร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าที่ไม่ใช่เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อน้ำแร่มิเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ น้ำแร่มิเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5, 1.5 และ 6 ลิตร

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ และไม่ใช่เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มีการให้เครดิตการค้า เป็นเงินเชื่อ รองลงมาคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าที่ไม่ใช่เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาขายส่งน้ำแร่มิเนเร่ให้ร้านค้าเป็นราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือ กำไรที่ได้รับจากการขายน้ำแร่มิเนเร่มีความเหมาะสม

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ และไม่ใช่เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ บริการส่งน้ำแร่มิเนเร่ให้ถึงร้านค้า รองลงมาคือ บริการจัดส่งน้ำแร่มิเนเร่มีความรวดเร็วและเชื่อถือได้



ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มินเระมาจำหน่ายในร้านค้าที่ไม่ใช่เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ บริการส่งน้ำแร่มินเระให้ถึงร้านค้า รองลงมาคือ บริการจัดส่งน้ำแร่มินเระได้ครบตรงตามความต้องการ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มินเระมาจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ และไม่ใช่เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มินเระมาจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ บริการพนักงานขายน้ำแร่มินเระมีคุณภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า รองลงมาคือ บริการตกแต่งร้านค้า และมีอุปกรณ์ตกแต่งร้านค้าให้ฟรีเช่น ร่ม ผ้าปูโต๊ะ สติกเกอร์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มินเระมาจำหน่ายในร้านค้าที่ไม่ใช่เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การโฆษณาแนะนำน้ำแร่มินเระทางโทรทัศน์ นิตยสาร รองลงมาคือ พนักงานขายน้ำแร่มินเระมีคุณภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ค้าปลีกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มินเระของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่**

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อและจำหน่ายน้ำแร่มินเระ คือ คุณภาพและคุณสมบัติไม่แตกต่างจากคู่แข่ง รองลงมาคือ ไม่รับเปลี่ยนหรือคืน การบรรจุหีบห่อไม่มีความเหมาะสมและไม่สะดวกตามขนาดบรรจุ (0.5 , 1.5 และ 6 ลิตร) ขวดมีปริมาณบรรจุและขนาดให้เลือกน้อย ตรามินเระยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับ ลักษณะของขวดไม่สวยงามทันสมัยเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น และ ขาดการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องตามลำดับ

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ปัญหาด้านราคา ในการซื้อและจำหน่ายน้ำแร่มินเระ คือ ไม่มีการตั้งราคาพิเศษตามปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด เช่น ซื้อ 100 แพ็คขึ้นไปลดเหลือแพ็คเกจละ 61 บาท รองลงมา คือ ไม่ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อเงินสด และกำไรต่อหน่วยต่ำ มีจำนวนเท่ากัน ราคาขายส่งให้ร้านค้าแพงกว่าคู่แข่ง วิธีการชำระเงินมีให้เลือกน้อย ไม่มีการให้เครดิตทางการค้า ระยะเวลาที่ให้เครดิตการค้าสั้นเกินไป ตามลำดับ

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก พบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ในการซื้อและจำหน่ายน้ำแร่มีเนเร่ คือ น้ำแร่มีเนเร่ขาดตลาด (สต็อก) รองลงมาคือ ไม่มีบริการจัดวาง ในร้านค้า รถบรรทุกส่งของมีน้อยบริการไม่ทั่วถึง การจัดส่งล่าช้ากว่าที่กำหนด และสั่งซื้อทาง โทรศัพท์และแฟกซ์ทำได้ยาก ตามลำดับ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อและจำหน่ายน้ำแร่มีเนเร่ คือ พนักงานขายขาดความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า รองลงมาคือ ไม่มีการจัดรายการส่งเสริมการขายพิเศษแต่ละช่วงเวลา เช่น เทศกาลต่างๆ โฆษณามี น้อยไม่น่าสนใจ และอุปกรณ์ตกแต่งร้านค้าไม่เพียงพอกับความต้องการ มีจำนวนเท่ากัน การ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลน้ำแร่มีเนเร่ยังไม่เข้าถึงลูกค้า และพนักงานขายขาดความสุภาพ ความเอาใจ ใส่ ตามลำดับ

## อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่องความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของ ผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ( The Service Marketing Mix หรือ 4 P's) ของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ ( 2546) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับมาก คือปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านผลิตภัณฑ์ และมีความพึงพอใจในระดับปาน กลาง ต่อปัจจัยด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อย่อยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือ ตรายี่ห้อ น้ำแร่มีเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง ( 2551) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทน จำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญ คือ น้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.6, 0.75, 1.5 และ 6 ลิตร และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรศักดิ์ ดาวเงิน (2549) ที่ศึกษา เรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้า น้ำดื่มตรากินรีในอำเภอเชียงดาว จังหวัด เชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ ความใสสะอาดของน้ำดื่ม ไม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปฏิพร โพธิ์รังสิยากร(2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า

ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ ไม่มีสี ไม่มีตะกอน ไม่มีตะไคร่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณิการ์ กิจจิตตุลานนท์ (2541) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อน้ำแร่บรรจุภาชนะสำหรับดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ การมีตรารับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรม หรือ กระทรวงสาธารณสุข

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา คือ มีการให้เครดิตการค้าเป็นเงินเชื่อและมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวก ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง ( 2551) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ ราคาน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรศักดิ์ ดาวเงิน (2549) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าน้ำดื่มตรากินรีในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปฏิพร โพธิ์รังสิยากร(2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ ความสะดวกในการชำระค่าน้ำดื่มในปัจจุบันเหมาะสม ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณิการ์ กิจจิตตุลานนท์ (2541) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อน้ำแร่บรรจุภาชนะสำหรับดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ สินค้ามีราคาเหมาะสม

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย คือ บริการส่งน้ำเร็วมาถึงร้านค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง ( 2551) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ มีบริการส่งให้ถึงร้านค้า ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรศักดิ์ ดาวเงิน (2549) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าน้ำดื่มตรากินรีในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ มารยาทของพนักงาน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปฏิพร โพธิ์รังสิยากร(2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ ความสม่ำเสมอในการจัดส่งน้ำดื่ม ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณิการ์ กิจจิตตุลานนท์ (2541) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อ

น้ำแร่บรรจุภาชนะสำหรับดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญคือ สิ้นค้าหาซื้อสะดวก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อยังน้อย ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานขาย น้ำแร่มีเนเร่มีความสุภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า ซึ่งผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจารีย์ ประสูตรุ่งเรือง (2551) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพื่อขโมยไปจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือ การโฆษณาน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพื่อขโมยไป และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรศักดิ์ ดาวเงิน (2549) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าน้ำดื่มตรากินรีในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปฏิพร โพธิ์รังสิยากร(2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญคือ ข้อมูลในแผ่นพับของน้ำดื่มตราหน้าไทย มีรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการผลิตเพียงพอ

#### ข้อค้นพบ

ผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

#### ข้อค้นพบเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง อายุ 21-30 ปี เป็นเจ้าของกิจการ กิจการมียอดจำหน่ายสินค้าเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการ 3-5 ปี กิจการตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน จำหน่ายสินค้าประเภทน้ำดื่ม จำหน่ายน้ำแร่ประเภทน้ำแร่ไม่มีฟอง

นอกจากน้ำแร่ตรามีเนเร่แล้วจำหน่ายยี่ห้อออร่า รองลงมา สำหรับยี่ห้อ ไอโอ วิทเทล พบว่ามีการซื้อมาเพื่อจำหน่ายเพียงส่วนน้อย สำหรับยี่ห้อวอลวิกพบว่าไม่มีการนำมาจำหน่าย สำหรับน้ำแร่มีเนเร่ปริมาณบรรจุ 6 ลิตร ผู้ค้าปลีกมีการซื้อมาจำหน่ายน้อยกว่าปริมาณบรรจุ ขนาด 0.5 และ 1.5 ลิตร และมีการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่เมื่อ น้ำแร่มีเนเร่หมด มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่าย 1-2 ปี

ความถี่ในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายนานๆ ครั้ง มีการซื้อน้ำแร่มีเนเร่แต่ละครั้งมูลค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท มีการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายเนื่องจากมีบริการส่งถึง

ร้านค้า สำหรับการได้รับน้ำแร่มิเนเร่หลังจากที่สั่งซื้อ พบว่ายังมีระยะเวลาในการได้รับน้ำแร่มิเนเร่ที่นานถึง 2-7 วัน และ 1 สัปดาห์

ผู้ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่เป็น เจ้าของกิจการ ส่วนมากซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่าย โดยทราบข้อมูลจาก พนักงานขายน้ำแร่มิเนเร่ มีการตัดสินใจซื้อน้ำแร่มิเนเร่จากข่าวสารโฆษณาทางโทรทัศน์ และมีเงื่อนไขในการชำระเงินค่าน้ำแร่มิเนเร่ คือ ชำระเงินด้วยเงินสด โดยมีการชำระเงินทันทีเมื่อน้ำแร่มิเนเร่ส่งมาถึงร้านค้า

### ข้อค้นพบเกี่ยวกับ ความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มิเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำแร่ตรามิเนเร่ มาจำหน่าย ในร้านในร้าน 1 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผู้ที่มีระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำ แร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้าน น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามมูลค่าโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้งมากกว่า 2,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผู้ที่มีมูลค่าโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท และมีมูลค่า โดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง 1,001-2,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตาม ผู้ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้า พบว่าผู้ตัดสินใจที่เป็นเจ้าของกิจการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง มีบริการรับคืนน้ำแร่มิเนเร่เมื่อมีปัญหา เช่น ชำรุด น้ำแร่มิเนเร่เป็นผู้นำด้านการพัฒนาคุณภาพของน้ำแร่ เช่น การดีท็อกซ์สารพิษในร่างกาย และ น้ำแร่มิเนเร่มีคุณสมบัติและคุณภาพที่แตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น ในขณะที่ผู้ตัดสินใจที่ไม่ใช่เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง น้ำแร่มิเนเร่เป็นผู้นำด้านการพัฒนาคุณภาพของน้ำแร่ เช่น การดีท็อกซ์สารพิษในร่างกาย และมีบริการรับคืนน้ำแร่มิเนเร่เมื่อมีปัญหา เช่น ชำรุด

**ด้านราคา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้าน 3-4 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผู้ที่มีระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 2 ปี และ ผู้ที่มีระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำแร่มิเนเร่มาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามมูลค่าโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้งมากกว่า 2,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผู้มีมูลค่าโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้งน้อยกว่า 2,000 บาท ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตาม ผู้ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าพบว่าผู้ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นเจ้าของกิจการและไม่ใช่เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องมีการให้เครดิตการค้าเป็นเงินเชื่อและมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวก

**ด้านการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายในร้าน ทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายในร้านน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรื่อง น้ำแร่มีเนเร่มีให้จำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และ รวดเร็วทุกสำหรับบริการจัดส่งน้ำแร่มีเนเร่มีจำนวนมาก และให้บริการได้ทั่วถึง

เมื่อจำแนกตามมูลค่าโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกมูลค่าเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้งมีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อจำแนกตาม ผู้ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการและไม่ใช่เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจในระดับมาก

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่ มาจำหน่าย ในร้าน 3-4 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายในร้าน น้อยกว่า 1 ปี 1-2 ปี 4 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามมูลค่าโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกมูลค่าเฉลี่ยในการซื้อ น้ำแร่มีเนเร่ แต่ละครั้ง มีความพึงพอใจใน ในระดับมาก เรื่อง พนักงานขายน้ำแร่มีเนเร่มีความสุภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า

เมื่อจำแนกตาม ผู้ตัดสินใจสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่มาจำหน่ายในร้านค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นเจ้าของกิจการและไม่ใช่เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจระดับมาก ในเรื่อง พนักงานขายน้ำแร่มีเนเร่มีความสุภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า

ตารางที่ 42 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มินแร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มี  
ปัญหามากที่สุดในแต่ละด้าน

ส่วนประสมการตลาด	ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพและคุณสมบัติไม่แตกต่างจากคู่แข่ง	31	14.76
ด้านราคา	ไม่มีการตั้งราคาพิเศษตามปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด เช่น ซื้อ 100 แพ็คขึ้นไปลดเหลือแพ็คละ 61 บาท	24	11.43
ด้านการจัดจำหน่าย	น้ำแร่มินแร่ขาดตลาด (สต็อก)	19	9.05
ด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายขาดความสม่ำเสมอในการเยี่ยมชมร้านค้า	169	80.48

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดในแต่ละด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพและคุณสมบัติไม่แตกต่างจากคู่แข่ง ด้านราคา คือ ไม่มีการตั้งราคาพิเศษตามปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด เช่น ซื้อ 100 แพ็คขึ้นไปลดเหลือแพ็คละ 61 บาท ด้านการจัดจำหน่าย ในการซื้อและจำหน่ายน้ำแร่มินแร่ คือ น้ำแร่มินแร่ขาดตลาด (สต็อก) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการซื้อและจำหน่ายน้ำแร่มินแร่ คือ พนักงานขายขาดความสม่ำเสมอในการเยี่ยมชมร้านค้า

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สูงสุด 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ยแปดผล	ลำดับ
บริการส่งน้ำแร่มีเนเร่ให้ถึงร้านค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	4.26 มาก	1
บริการจัดส่งน้ำแร่มีเนเร่มีความรวดเร็วและเชื่อถือได้	ด้านการจัดจำหน่าย	4.22 มาก	2
บริการจัดส่งน้ำแร่มีเนเร่ได้ครบตรงตามความต้องการ	ด้านการจัดจำหน่าย	4.05 มาก	3
ความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์และแฟกซ์จากตัวแทนจำหน่าย	ด้านการจัดจำหน่าย	4.03 มาก	4
พนักงานขายน้ำแร่มีเนเร่มีความสุภาพ เอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91 มาก	5
บริการจัดวางน้ำแร่มีเนเร่ในร้าน	ด้านการจัดจำหน่าย	3.83 มาก	6
ตราฉลากน้ำแร่มีเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.80 มาก	7
รถบรรทุกสำหรับบริการจัดส่งน้ำแร่มีเนเร่มีจำนวนมาก และให้บริการได้ทั่วถึง	ด้านการจัดจำหน่าย	3.75 มาก	8
น้ำแร่มีเนเร่มีให้จำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ	ด้านการจัดจำหน่าย	3.74 มาก	9
น้ำแร่มีเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5.1.5 และ 6 ลิตร	ด้านผลิตภัณฑ์	3.74 มาก	9
การบรรจุหีบห่อมีความเหมาะสมสะดวกในแต่ละขนาด (0.5.1.5 และ 6 ลิตร)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.59 มาก	10



จากตารางที่ 43 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 10 ลำดับแรก เป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยหลัก ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ คือ บริการส่งน้ำแร่มินเนเร่ให้ถึงร้านค้า บริการจัดส่งน้ำแร่มินเนเร่มีความรวดเร็วและเชื่อถือได้ บริการจัดส่งน้ำแร่มินเนเร่ได้ครบตรงตามความต้องการ ความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้าทาง โทรศัพท์และแฟกซ์จากตัวแทนจำหน่าย พนักงานขายน้ำแร่มินเนเร่มีความสุขเอาใจใส่และมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมร้านค้า บริการจัดวางน้ำแร่มินเนเร่ในร้าน ทรายี่ห้อน้ำแร่มินเนเร่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับ รถบรรทุกสำหรับบริการจัดส่งน้ำแร่มินเนเร่มีจำนวนมาก และให้บริการได้ทั่วถึง น้ำแร่มินเนเร่มีให้จำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ น้ำแร่มินเนเร่มีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ เช่น 0.5.1.5 และ 6ลิตร และการบรรจุหีบห่อมีความเหมาะสมสะดวกในแต่ละขนาด (0.5.1.5 และ 6 ลิตร) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตำบล 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ยแปดผล	ลำดับ
การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เช่น จัดงาน แนะนำสินค้า	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.05 ปานกลาง	1
รายการส่งเสริมการขายพิเศษแต่ละช่วงเวลา เช่น เทศกาลต่างๆ	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.07 ปานกลาง	2
มีส่วนลดในกรณีซื้อเงินสด จากราคาปกติแพ็คเกจ ละ 66 บาท ลดเหลือแพ็คเกจละ 62 บาท	ด้านราคา	3.16 ปานกลาง	3
บริการตกแต่งร้านค้าและมีอุปกรณ์ตกแต่ง ร้านค้าให้ฟรีเช่น ร่ม ผ้าปูโต๊ะ สตีกเกอร์	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.27 ปานกลาง	4
การโฆษณาน้ำแร่มีเนเร่ทางโทรทัศน์ นิตยสาร	ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.33 ปานกลาง	5
มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการ สั่งซื้อที่กำหนด	ด้านราคา	3.35 ปานกลาง	6
มีบริการรับคืนน้ำแร่มีเนเร่เมื่อมีปัญหา เช่น ชำรุด	ด้านผลิตภัณฑ์	3.40 ปานกลาง	7
มีระยะเวลาการให้เครดิตการค้าไม่เกิน 30 วัน	ด้านราคา	3.40 ปานกลาง	7
น้ำแร่มีเนเร่เป็นผู้นำด้านการพัฒนาคุณภาพ ของน้ำแร่ เช่น การดีท็อกซ์สารพิษในร่างกาย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.43 ปานกลาง	8
กำไรที่ได้รับจากการขายน้ำแร่มีเนเร่มีความ เหมาะสม	ด้านราคา	3.45 ปานกลาง	9
ราคาขายส่งน้ำแร่มีเนเร่ให้กับร้านค้าเป็น ราคาที่เหมาะสม	ด้านราคา	3.46 ปานกลาง	10

จากตารางที่ 44 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุด 10 ลำดับแรก เป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยหลัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เช่น จัดงานแนะนำสินค้า รายการส่งเสริมการขายพิเศษแต่ละช่วงเวลา เช่น เทศกาลต่างๆ มีส่วนลดในกรณีซื้อเงินสด จากราคาปกติแพ็คเกจละ 66 บาท ลดเหลือแพ็คเกจละ 62 บาท บริการตกแต่งร้านค้าและมีอุปกรณ์ตกแต่งร้านค้าให้ฟรีเช่น รม ผ้าปูโต๊ะ สติกเกอร์ การโฆษณา น้ำแร่มีเนเร่ทางโทรทัศน์ นิตยสาร มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด มีบริการรับคืนน้ำแร่มีเนเร่เมื่อมีปัญหา เช่น ชำรุด มีระยะเวลาการให้เครดิตการค้าไม่เกิน 30 วัน น้ำแร่มีเนเร่เป็นผู้นำด้านการพัฒนาคุณภาพของน้ำแร่ เช่น การดีท็อกซ์สารพิษในร่างกาย กำไรที่ได้รับจากการขายน้ำแร่มีเนเร่มีความเหมาะสม ราคาขายส่งน้ำแร่มีเนเร่ให้กับร้านค้าเป็นราคาที่เหมาะสม ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละ ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สูงสุด 10 อันดับแรก

ปัญหาส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยหลัก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
พนักงานขายขาดความสม่ำเสมอในการเยี่ยมชมร้านค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	169	80.48	1
ไม่มีการจัดรายการส่งเสริมการขายพิเศษแต่ละช่วงเวลา เช่น เทศกาลต่างๆ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	60	28.57	2
โฆษณาไม่น้อยไม่น่าสนใจ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	53	25.24	3
อุปกรณ์ตกแต่งร้านค้าไม่เพียงพอกับความต้องการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	53	25.24	4
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลน้ำแร่มีเนเร่ยังไม่เข้าถึงลูกค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	49	23.33	5
คุณภาพและคุณสมบัติไม่แตกต่างจากคู่แข่ง	ด้านผลิตภัณฑ์	31	14.76	6
ไม่มีการตั้งราคาพิเศษตามปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด เช่น ซื้อ 100 แพ้คขึ้นไปลดเหลือแพ้คละ 61 บาท	ด้านราคา	24	11.43	7
ไม่รับเปลี่ยนหรือคืน	ด้านผลิตภัณฑ์	23	10.95	8
กำไรต่อหน่วยต่ำ	ด้านราคา	19	9.05	9
ไม่ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อเงินสด	ด้านราคา	19	9.05	10

จากตารางที่ 45 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีปัญหาสูงสุด 10 ลำดับแรกเป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยหลัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา คือ พนักงานขายขาดความสม่ำเสมอในการเยี่ยมชมร้านค้า ไม่มีการจัดรายการส่งเสริมการขายพิเศษแต่ละช่วงเวลา เช่น เทศกาลต่างๆ โฆษณาน้อยไม่น่าสนใจ อุปกรณ์ตกแต่งร้านค้าไม่เพียงพอกับความต้องการ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลน้ำแร่มีเนเร่ยังไม่เข้าถึงลูกค้า คุณภาพและคุณสมบัติไม่แตกต่างจากคู่แข่ง ไม่มีการตั้งราคาพิเศษตามปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด เช่น ซื้อ 100 แพ้คขึ้นไปลดเหลือแพ้คละ 61 บาท ไม่รับเปลี่ยนหรือคืน กำไรต่อหน่วยต่ำ ไม่ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อเงินสด ตามลำดับ

## ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชเมกเกอร์มาร์เก็ตตั้ง ในฐานะผู้แทนจำหน่าย ควรมีนโยบายการรับประกันน้ำแร่มีเนเร่ที่จัดส่งจะเสียหายไม่เกิน 1 เปอร์เซ็นต์ ควรมีบริการรับเปลี่ยนคืนเมื่อพบน้ำแร่มีเนเร่มีปัญหา เช่น ขำรูด ทั้งนี้ผู้แทนจำหน่ายตรวจสอบวันหมดอายุและคุณภาพของน้ำแร่มีเนเร่ทุกครั้งก่อนส่งมอบให้กับผู้ค้าปลีก เพื่อป้องกันการเก็บสินค้าคืน บริษัท เนสท์ เล่ (ไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายควร พัฒนาด้านขนาดบรรจุ โดยการเพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและแตกต่างจากน้ำแร่ตราอื่น ๆ เช่น ขนาดบรรจุ ถ้วย เพื่อรองรับความต้องการของตลาด และเพื่อประโยชน์ในการขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย และพัฒนาดีไซน์ให้สะดุดตาโดดเด่นยิ่งขึ้น เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของน้ำแร่มีเนเร่ ที่สื่อถึงความสะอาด ความเป็นธรรมชาติ จากแหล่งธรรมชาติโพธิ์สามต้น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และสื่อถึงคุณสมบัติของน้ำแร่ธรรมชาติที่ช่วยล้างพิษหรือดีที่ออกจากร่างกาย รวมถึงพยายามหาประโยชน์จากการใช้น้ำแร่มีเนเร่ในแนวทางใหม่ เช่น นำไปผสมกับน้ำผลไม้พัฒนาเป็นเครื่องดื่มมอคเทล ( Mocktail) หลากหลายชนิด ที่ปราศจากโซดาและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเครื่องดื่มรูปแบบ อื่นที่มีน้ำแร่มีเนเร่เป็นส่วนผสม เพื่อเพิ่มความถี่ในการดื่มจากหลายโอกาส และควร เน้นให้ความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของน้ำแร่มีเนเร่ที่มีความแตกต่างจากน้ำแร่ตราอื่น ๆ นอกจากนี้ควรมี การพัฒนาด้านเทคโนโลยี การผลิตน้ำแร่มีเนเร่ให้มีคุณภาพสูงสุดและแตกต่างจากผู้ผลิตน้ำแร่ตราอื่น เช่น มาตรฐาน ISO 14001 ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และ OHSAS 18001 มาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานการผลิต ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างความปลอดภัยสูงสุดสู่ผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อสร้างความรู้จัก ความภักดีต่อตรา ยี่ห้อมีเนเร่ (Brand Loyalty) ซึ่งเป็นตราที่ยี่ห้อที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก (Global Brand) ให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับต่อผู้ค้าปลีก รวมถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อให้มีความพึงพอใจในตรา ยี่ห้อมีเนเร่และเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำแร่มีเนเร่ เพียงยี่ห้อเดียวอย่างสม่ำเสมอและมากขึ้น

**ด้านราคา** ห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชเมกเกอร์มาร์เก็ตติ้ง ควรมีการแบ่งขายน้ำแร่มีเนเร่ ขนาด 6 ลิตรซึ่งมีปริมาณบรรจุถังละ 4 ขวด โดยแยกจำหน่ายเป็นขวด ในราคาขวดละ 35 บาท และราคาจำหน่ายเป็นถังในราคาลังละ 132 บาท ดังนั้นผู้ค้าปลีกที่สั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่ขนาด 6 ลิตรเป็นถังในราคาลังละ 132 บาท จะได้รับส่วนลดทันทีถังละ 8 บาท เมื่อชื้อยกถัง จากราคาเต็มถังละ 140 บาทหากชื้อแยกเป็นขวด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของส่วนลดระหว่างผู้ค้าปลีกที่สั่งซื้อปริมาณมากและผู้ค้าปลีกที่สั่งซื้อน้อย นอกจากนี้การแยกจำหน่ายน้ำแร่มีเนเร่ขนาด 6 ลิตรเป็นขวด จะมีส่วนช่วยให้ผู้ค้าปลีกที่ไม่เคยสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่ขนาด 6 ลิตรมาจำหน่ายในร้านค้า สามารถตัดสินใจสั่งซื้อได้ง่ายขึ้น เนื่องจากการสั่งซื้อในปริมาณน้อยจะช่วยลดความกังวลด้านการสต็อกสินค้าและเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้ เพื่อกระตุ้นยอดขายน้ำแร่มีเนเร่ขนาด 6 ลิตรซึ่งเป็นขนาดที่มียอดขายต่ำสุดให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น สำหรับน้ำแร่มีเนเร่ขนาด 0.5 และ 1.5 ลิตร ควรมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อสินค้า (Quantity Discount) แก่ร้านค้าปลีก อย่างเหมาะสม หากผู้ค้าปลีกชื้อสินค้ามากจะได้รับส่วนลดมาก กล่าวคือ จากราคาจำหน่ายปกติแพ็คเกจละ 66 บาท ควรมีการตั้งราคาตามปริมาณสั่งซื้อ เช่น จำนวน 50 แพ็คเกจขึ้นไป ราคาแพ็คเกจละ 62 บาท จำนวน 100 แพ็คเกจขึ้นไป ราคาแพ็คเกจละ 60 บาท จำนวน 300 แพ็คเกจขึ้นไป ราคาแพ็คเกจละ 58 บาท เป็นต้น เพื่อให้ผู้ค้าปลีกเพิ่มปริมาณการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง เนื่องจากราคาสำหรับสินค้าสะดวกชื้อจะค่อนข้างต่ำ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้ามีมาก อัตราการหมุนเวียนของสินค้าสูง มีสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ และมีจำนวน คู่แข่งขันมาก

**ด้านการจัดจำหน่าย** ห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชเมกเกอร์มาร์เก็ตติ้ง ควรจัดส่งน้ำแร่มีเนเร่ให้ผู้ค้าปลีกมีจำหน่ายอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะน้ำแร่มีเนเร่ขนาด 0.5 ลิตร และ 1.5 ลิตร ที่ต้องมีอยู่ในคลังสินค้าของผู้ค้าปลีกอยู่ตลอดเวลา และมีปริมาณเพียงพอสำหรับการจำหน่าย เพื่อป้องกันน้ำแร่มีเนเร่ขาดตลาดในช่วงเทศกาลสำคัญ ผู้แทนจำหน่ายควรอำนวยความสะดวกให้ผู้ค้าปลีกสามารถโทรศัพท์สั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่ล่วงหน้าได้ตลอดเวลาทำการ โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดยาวและเทศกาลสำคัญต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง เป็นต้น บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ เช่น ให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าให้มากที่สุด เนื่องจาก ผู้บริโภคมักจะหาชื้อน้ำแร่จากแหล่งที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ดังนั้น น้ำแร่จึงเป็นสินค้าที่ผู้ผลิตต้องเน้นการกระจายสินค้าไปยังร้านค้ารูปแบบต่างๆ เช่น ร้านสะดวกชื้อ ร้านสะดวกชื้อในสถานีบริการน้ำมัน ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์สโตร์หรือไฮเปอร์มาร์เก็ต โรงพยาบาล โรงเรียน สถาบันการศึกษา สนามกอล์ฟ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ฟาสต์ฟู้ดส์ ขายตรงบริการส่งถึงบ้าน อาคาร สำนักงาน โรงแรม สนามกอล์ฟ ที่อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนให้มากที่สุดร่วมกับการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ควรจัดรายการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เพื่อกระตุ้นยอดขาย ในแต่ละช่วงเวลา เช่น การจัดรายการ ลดราคาในช่วงเดือนกรกฎาคม สิงหาคม กันยายน ของทุกปี ซึ่งเป็นช่วงที่มียอดขายต่ำ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น และควรมีการแถมสินค้า (Premiums) เพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ จัดรายการชื้อน้ำแร่มีเนเร่ 10 แพ็ค แถมปีนิจิน้ำ 1 กระบอกเป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายไปยังผู้ค้าปลีก เมื่อผู้ค้าปลีกสั่งซื้อน้ำแร่มีเนเร่ตามจำนวนที่กำหนด โดยการแจกอุปกรณ์ตกแต่งร้านค้า เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้ค้าปลีกต้องการ เช่น ชื้อน้ำแร่มีเนเร่ครบ 100 แพ็ค แถมร่ม 1 คัน เป็นต้น ควรเน้น การโฆษณา น้ำแร่มีเนเร่ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ โดยทำภาพยนตร์โฆษณาให้มีความน่าสนใจและแตกต่างจากตราอื่น ให้มีความ สอดคล้องกับ พฤติกรรมของกลุ่ม เป้าหมาย ในส่วนของนิตยสาร ควรเลือกโฆษณาใน นิตยสารเกี่ยวกับ อาหาร สุขภาพ และความงามให้มากขึ้น ควรเพิ่มการ ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร น้ำแร่มีเนเร่เพิ่มขึ้น เช่น จัดงานแนะนำสินค้า เพื่อสร้างความรู้จัก ความรักดีต่อตราอื่น้ำแร่มีเนเร่ สร้างความพึงพอใจให้ผู้ค้าปลีกเกิดการตัดสินใจชื้อน้ำแร่มีเนเร่ เพียงยี่ห้อเดียว อย่าง สม่าเสมอ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชรเมกเกอร์มาร์เก็ตติ้ง ควรสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานขายในการ เข้าเยี่ยมเยียนร้านค้าอย่างสม่าเสมอ เช่น ให้ของรางวัล หรือทำตารางการตรวจเยี่ยมประจำวัน (Daily Route Call Card) เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานขาย เป็นต้น รวมถึง ควรมีการจัดฝึกอบรม (Training) เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานให้แก่พนักงานขาย