

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มตราอังกั่ว เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่บริโภคน้ำดื่มตราอังกั่วจำนวน 390 คน นำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ตาราง 4.1 - 4.5)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการบริโภคน้ำดื่มตราอังกั่ว (ตาราง 4.6 - 4.9)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะการปรับปรุงน้ำดื่มตราอังกั่ว (ตาราง 4.10 - 4.11)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ตาราง 4.1 - 4.5)

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ และอายุ

ข้อมูล	จำนวน (390 คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	126	32.31
หญิง	264	67.69
อายุ		
น้อยกว่า 21 ปี	6	1.54
21 - 30 ปี	114	29.23
31 - 40 ปี	143	36.67
41 ปีขึ้นไป	127	32.56

จากตาราง 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.69 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 36.67

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวุฒิการศึกษา และรายได้

ข้อมูล	จำนวน (390 คน)	ร้อยละ
วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	54	13.85
ปริญญาตรี	267	68.46
สูงกว่าปริญญาตรี	69	17.69
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	119	30.51
10,001 – 20,000 บาท	145	37.18
20,001 – 30,000 บาท	51	13.08
30,001 – 40,000 บาท	47	12.05
40,001 – 50,000 บาท	10	2.56
50,001 บาทขึ้นไป	18	4.62

จากตาราง 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.46 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 37.18

ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตราบาน้ำดื่มที่บ้าน

ข้อมูล	จำนวน (390 คน)	ร้อยละ
น้ำตราอ่างแก้วอย่างเดียว	29	7.44
น้ำตราอ่างแก้ว และน้ำดื่มตราอื่นๆ	351	92.56

จากตาราง 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างบริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้วอย่างเดียวที่บ้าน ร้อยละ 7.44

ตาราง 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดบรรจุของน้ำดื่มตราอ่างแก้ว

ขนาดบรรจุ	จำนวน (390 คน)	ร้อยละ
แบบขวด ปริมาณ 600 ซีซี	97	24.87
แบบขวด ปริมาณ 950 ซีซี	46	11.79
แบบถัง ปริมาณ 20 ลิตร	90	23.08
ทั้งแบบขวดและแบบถัง	157	40.26

จากตาราง 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างบริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้วทั้งแบบขวดและแบบถัง ร้อยละ 40.26

ตาราง 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่บริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้ว
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับการประชาสัมพันธ์จากพนักงานขาย	21	5.31
ได้รับคำแนะนำจากผู้อื่น	72	18.46
พิจารณาจากคุณภาพของน้ำดื่ม	39	10.00
ชื่อเสียงของน้ำดื่มตราอ่างแก้ว	31	7.95
มีบริการส่งถึงที่บ้าน/สำนักงาน	98	25.13
มหาวิทยาลัยดำเนินการให้เป็นสวัสดิการ (ที่ทำงาน)	185	47.44

จากตาราง 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างบริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้วเพราะมหาวิทยาลัยดำเนินการให้เป็นสวัสดิการ (ที่ทำงาน) ร้อยละ 47.44

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการบริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้ว (ตาราง 4.6 – 4.9)

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อมูล	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีตรา อย. อยู่บนภาชนะบรรจุภัณฑ์	4.17	0.82	มาก
การปิดผนึกฝาบรรจุภัณฑ์แน่นหนา	4.09	0.80	มาก
บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือกใช้	3.68	0.84	มาก
ปริมาณบรรจุมีขนาดพอเหมาะกับการใช้งาน	3.95	0.75	มาก
ความใสสะอาดของน้ำดื่ม	4.07	0.76	มาก
กลิ่นของน้ำดื่ม	3.90	0.90	มาก
รสชาติของน้ำดื่ม	3.92	0.85	มาก
ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ (ขวด/ถัง)	3.95	0.82	มาก
ความสะดวกในการเปิดใช้	3.97	0.78	มาก
ความน่าเชื่อถือ	3.94	0.78	มาก
โดยรวม	3.96	0.81	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความพึงพอใจต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96

ตาราง 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว
ด้านราคา

ข้อมูล	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.86	0.77	มาก
ราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น	3.78	0.78	มาก
ค่าประกันบรรจุภัณฑ์	3.59	0.73	มาก
ค่าปรับหากเกิดความเสียหายกับบรรจุภัณฑ์	3.54	0.75	มาก
การปรับขึ้นราคาน้ำดื่มในแต่ละครั้ง	3.50	0.75	มาก
โดยรวม	3.65	0.76	มาก

จากตาราง 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความพึงพอใจต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว ด้านราคา
ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว ด้านการจัดจำหน่าย

ข้อมูล	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การนำส่งถึงสถานที่สั่ง	3.98	0.80	มาก
ความรวดเร็วการขนส่ง	3.87	0.81	มาก
ความตรงต่อเวลาในการส่ง/รับ	3.82	0.83	มาก
ความสม่ำเสมอในการขนส่ง/รับ	3.89	0.78	มาก
ความมีมารยาทของพนักงานขนส่ง	3.89	0.79	มาก
ความสะอาดในการสั่งซื้อ	3.80	0.89	มาก
ความสะอาดในการเปลี่ยนแปลงการสั่งซื้อ	3.74	0.80	มาก
อาคารสำนักงานหาง่าย	3.70	0.86	มาก
โดยรวม	3.84	0.82	มาก

จากตาราง 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความพึงพอใจต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อมูล	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม	3.53	0.95	มาก
การให้ข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง	3.41	0.91	ปานกลาง
การให้ส่วนลดถ้าสั่งซื้อจำนวนมาก	3.46	0.88	ปานกลาง
การนำเสนอการจำหน่ายน้ำดื่มให้กับลูกค้ารายใหม่	3.44	0.84	ปานกลาง
โดยรวม	3.46	0.90	ปานกลาง

จากตาราง 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความพึงพอใจต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว ด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะการปรับปรุงน้ำดื่มตราอ่างแก้ว (ตาราง 4.10 – 4.11)

ตาราง 4.10 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาที่พบจากการบริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้ว

ปัจจัย	ปัญหาที่พบ	จำนวน (คน)	
ด้านผลิตภัณฑ์	1. บรรจุก๊าซที่ไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย	51	
	2. บรรจุก๊าซที่ไม่ดึงดูดใจ	31	
	3. พลาสติกบรรจุขวดอ่อนตัว เวลาเปิดทำให้น้ำหก	23	
	4. ภาชนะบรรจุก๊าซแบบสี่ขาขุ่น ทำให้ไม่มั่นใจในคุณภาพของน้ำ	18	
	7. ภาชนะบรรจุขวดถือไม่สะดวก	16	
	8. ขวดบรรจุ 950 cc มีกลิ่น	6	
	ด้านราคา	ราคาแพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	36
	ด้านการจัดจำหน่าย	1. หาซื้อไม่สะดวก ไม่มีขายตามท้องตลาด	46
2. ความล่าช้าในการจัดส่ง		38	
3. การผลิตไม่ทันกับความต้องการ		30	
4. กรณีหน่วยงานราชการสั่งซื้อน้ำ นำบิลไปเบิกจ่ายล่าช้า		8	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	1. การประชาสัมพันธ์น้อย	53	
	2. ไม่เป็นที่แพร่หลายในหน่วยงานของมหาวิทยาลัย	34	

จากตาราง 4.10 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 53 คน พบว่ามีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการประชาสัมพันธ์น้อย รองลงมาจำนวน 51 คน มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือ บรรจุก๊าซที่ไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย

ตาราง 4.11 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอแนะการปรับปรุงน้ำดื่มตราอ่างแก้ว

ปัจจัย	ข้อเสนอแนะ	จำนวน(คน)
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและดึงดูดใจ	56
	2. ภาชนะบรรจุภัณฑ์ควรเป็นสีใส	35
	3. ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากตราสินค้าอื่น	28
	4. ควรเพิ่มบรรจุภัณฑ์ให้มีหลายขนาด	16
	5. ควรปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้น่าเชื่อถือ	10
ด้านราคา	1. ควรลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก	34
	2. ควรมีของแถมเมื่อซื้อจำนวนมาก	16
ด้านการจัดจำหน่าย	1. ควรมีสถานที่ติดต่อได้ง่าย เช่น ร้านค้า	49
	2. ควรร่วมจำหน่ายสินค้ากับร้านค้าต่างๆ ในมหาวิทยาลัย	35
	3. ควรส่งให้ตรงต่อเวลา และสม่ำเสมอ	37
	4. ควรใช้บิลเงินสดแทนบิลส่งของ เพื่อนำไปเบิกจ่ายได้ทันที	9
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ควรมีการประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น	65

จากตาราง 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 65 คน เสนอให้มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น ส่วนจำนวน 56 คน เสนอให้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและดึงดูดใจ