

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน ซึ่งข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการบริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้ว ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะการปรับปรุงน้ำดื่มตราอ่างแก้ว วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 390 คน เป็นเพศชาย 126 คน เพศหญิง 246 คน กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 36.67 มีวุฒิการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.46 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 37.18 กลุ่มตัวอย่างบริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้วที่บ้าน ร้อยละ 7.44 โดยบริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้วที่บรรจุทั้งแบบขวดและแบบถัง ร้อยละ 40.26 เลือคน้ำดื่มตราอ่างแก้วเพราะมหาวิทยาลัยดำเนินการให้เป็นสวัสดิการ (ที่ทำงาน) ร้อยละ 47.4

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจน้ำดื่มตราอ่างแก้ว โดยรวม 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการจัดจำหน่าย และ 3) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96, 3.84 และ 3.65 ตามลำดับ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46

อภิปรายผล

จากการที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีคณะกรรมการคัดเลือก ตรวจสอบติดตามบริษัทผู้ผลิตน้ำดื่มตราอ่างแก้ว จึงทำให้ผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการมีตรารับรองขององค์การอาหารและยาอยู่บนภาชนะบรรจุภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ โยชกานต์ เชาวน์เกษม (2546) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการชื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่พบว่าปัจจัยทางการตลาดซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือความสะอาดของน้ำ โดยมีตรารับรองขององค์การอาหารและยา รวมถึงไม่มีกลิ่นเจือปนในน้ำ รวมทั้ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือมีบริการส่งถึงบ้านและสะดวกในการหาซื้อได้ง่ายตามร้านขายของชำทั่วไป

ด้านราคากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรศักดิ์ ดาวเงิน (2549) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าน้ำดื่มตรากนิรีในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพและความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น

ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบจากการบริโภคน้ำดื่มตราอ่างแก้วมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าบรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย และประชาสัมพันธ์ยังไม่กว้างขวางทั่วถึง ซึ่งหากทางมหาวิทยาลัยปรับปรุงข้อเสนอเหล่านี้จะมีประโยชน์อย่างน้อย 2 ประการ คือ 1. ประชาชนทั่วไปมีน้ำดื่มที่ได้คุณภาพมาตรฐานเป็นตัวเลือกเพิ่มขึ้น และ 2. เป็นการประชาสัมพันธ์หน่วยงานซึ่งได้รับการยอมรับอยู่แล้วให้กว้างขวางมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การนำผลการศึกษาไปใช้

ผลการศึกษานี้สำนักบริหารและจัดการทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงน้ำดื่มตราอ่างแก้ว ให้มีคุณภาพ มาตรฐานและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

การศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อน้ำดื่มตราอ่างแก้วของผู้บริโภคในหอพักชาย และหอพักหญิง ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่