

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 : แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

(ตารางที่ 1 – ตารางที่ 11)

ส่วนที่ 2 : แสดงจำนวนร้อยละ ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด

2.1. ความพึงพอใจทางด้านผลิตภัณฑ์

(ตารางที่ 12 – ตารางที่ 26)

2.2. ความพึงพอใจด้านการขนส่งและพนักงาน

(ตารางที่ 28 – ตารางที่ 35)

2.3. ความพึงพอใจด้านราคา

(ตารางที่ 37 – ตารางที่ 46)

2.4. ความพึงพอใจด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

(ตารางที่ 48 – ตารางที่ 49)

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตรา น้ำไทย จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
สัญชาติไทย	309	83.97
สัญชาติอื่น	59	16.03
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตรา น้ำไทยส่วนใหญ่เป็นสัญชาติไทย คิดเป็นร้อยละ 83.90 รองลงมาเป็นสัญชาติอื่น คิดเป็นร้อยละ 14.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตรา น้ำไทย จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25	22	6.00
26 – 30	32	8.70
31 – 40	137	37.20
41 – 50	100	27.20
51 ปีขึ้นไป	77	20.90
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตรา น้ำไทยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.20 รองลงมา มีอายุช่วง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.20 และอายุช่วง 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.90 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	86	23.40
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	282	76.60
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.60 และมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับรายได้

รายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 6,000	35	9.50
6,001 – 10,000	47	12.80
10,001 – 15,000	63	17.10
15,001 – 20,000	58	15.80
20,001 – 25,000	54	14.70
มากกว่า 25,001	111	30.10
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วงมากกว่า 25,001 บาทต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.10 รองลงมา มีรายได้ในช่วง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 17.10 มีรายได้ในช่วง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อน้ำดื่มไปบริโภค

ซื้อน้ำดื่มเพื่อ	จำนวน	ร้อยละ
บริโภคเอง	355	96.50
ขายต่อ ไม่ได้บริโภคเอง	13	3.50
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่ซื้อน้ำดื่มมาเพื่อบริโภคเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.50 รองลงมา ซื้อน้ำดื่มมาเพื่อขายต่อ ไม่ได้บริโภคเอง คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้าใช้อยู่ในปัจจุบัน

ชนิดของบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ขวดแก้วขนาด 500cc. ถึงละ 24 ขวด	149	40.50
ถังสีฟ้า ขนาด 20 ลิตร	94	25.50
ถังสีขาวยุโรปขนาด 20 ลิตร	186	50.50
ถังสีขาวยุโรปขนาด 10 ลิตร	28	7.6

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม 368 ราย สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 6 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่ใช้ถังสีขาวยุโรปขนาด 20 ลิตร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมา ใช้ขวดแก้วขนาด 500cc. ถึงละ 24 ขวด คิดเป็นร้อยละ 40.50 และใช้ถังสีฟ้า ขนาด 20 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 7** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ โดยเฉลี่ย

ความถี่ในการสั่งซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกสัปดาห์	243	66.00
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	32	8.70
สัปดาห์ละ 3 ครั้ง	5	1.40
เดือนละครั้ง	12	3.30
เดือนละ 2 ครั้ง	51	13.90
นานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้)	25	6.80
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่สั่งซื้อทุกสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมา สั่งซื้อเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.90 และสั่งซื้อสัปดาห์ละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.70 ตามลำดับ

**ตารางที่ 8** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามการชำระ เงินในปัจจุบัน

การชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายสดทุกครั้ง	286	77.70
จ่ายทุกสิ้นเดือน	50	13.60
จ่ายเมื่อพบพนักงานส่งของ	32	8.70
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่ชำระเงิน โดยการจ่ายสดทุกครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.70 รองลงมา จ่ายทุกสิ้นเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.60 และจ่ายเมื่อพบพนักงานส่งของ คิดเป็นร้อยละ 8.70 ตามลำดับ

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ทดแทนขวดแก้วคือ ขวดพลาสติกใส (แบบเดียวกับขวดนมทารก) แต่ฝาเป็นพลาสติกหมุนเกลียวปิดสนิท (เปิดแล้วทิ้งฝา) ปริมาตรบรรจุ 750cc. ในราคาเท่าเดิมต่อลิตร (ลิ้งละ 24ขวด)

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	201	54.60
เฉยๆ	105	28.50
ไม่เห็นด้วย	62	16.80
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่เห็นด้วยต่อการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ทดแทนขวดแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.60 รองลงมา เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 28.50 และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 16.80 ตามลำดับ

**ตารางที่ 10** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อการใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดใหม่ทดแทนขวดแก้วคือ ขวดพลาสติกใส (แบบเดียวกับขวดนมทารก) แต่ฝาเป็นพลาสติกหมุนเกลียวปิดสนิท (เปิดแล้วทิ้งฝา) ปริมาตรบรรจุ 750cc. ในราคาเท่าเดิมต่อลิตร (ลิ้งละ 24ขวด)

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ใช้แน่นอน	217	59.00
ไม่ใช้	151	41.00
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่จะใช้แน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา ไม่ใช้ คิดเป็นร้อยละ 41.00

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามความคิดเห็นที่จะแนะนำให้คนที่รู้จักใช้บริการของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทย

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำต่อ	347	94.30
ไม่แนะนำ	21	5.70
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่จะแนะนำต่อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.30 รองลงมา ไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 5.70

## ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ด้านการมีเครื่องหมาย อย. (ของไทย) รับรองคุณภาพ

ระดับความพึงพอใจในด้านการมี เครื่องหมาย อย. (ของไทย) รับรองคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	194	52.70
มาก	122	33.20
ปานกลาง	40	10.90
น้อย	4	1.10
ไม่พอใจ	5	1.40
ไม่มีความเห็น	3	0.80
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านการมีเครื่องหมาย อย. (ของไทย) รับรองคุณภาพ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 52.70 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 33.20 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 10.90 ไม่พึงพอใจ ร้อยละ 1.40 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 1.10 และไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ



**ตารางที่ 13** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อคุณภาพของน้ำที่ผลิตด้วยระบบ รีเวอร์สออสโมซิส (RO)

ระดับความพึงพอใจในด้านคุณภาพของน้ำที่ผลิตด้วยระบบ รีเวอร์สออสโมซิส (RO)	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	155	42.10
มาก	139	37.80
ปานกลาง	54	14.70
น้อย	1	0.30
ไม่พอใจ	2	0.50
ไม่มีความคิดเห็น	17	4.60
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพของน้ำที่ผลิตด้วยระบบ รีเวอร์สออสโมซิส (RO) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 42.10 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 37.80 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 14.70 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 4.60 ระดับไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.50 และระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 14** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการมีเครื่องหมาย WQA (ของอเมริกา) รับรองคุณภาพ

ระดับความพึงพอใจในด้านการมีเครื่องหมาย WQA (ของอเมริกา) รับรองคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	113	30.70
มาก	117	31.80
ปานกลาง	93	25.30
น้อย	12	3.30
ไม่พอใจ	3	0.80
ไม่มีความคิดเห็น	30	8.20
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านการมีเครื่องหมาย WQA (ของอเมริกา) รับรองคุณภาพ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 31.80 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 30.70 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 25.30 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 8.20 ระดับความพึงพอใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.30 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

**ตารางที่ 15** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อความปลอดภัยต่อสุขภาพเนื่องจากผลิตด้วยระบบ RO

ระดับความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยต่อสุขภาพเนื่องจากผลิตด้วยระบบ RO	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	153	41.60
มาก	136	37.00
ปานกลาง	62	16.80
น้อย	2	0.50
ไม่พอใจ	1	0.30
ไม่มีความคิดเห็น	14	3.80
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านความปลอดภัยต่อสุขภาพเนื่องจากผลิตด้วยระบบ RO อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 41.60 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 37.00 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 16.80 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 3.80 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.50 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่มีหลากหลายขนาดบรรจุให้เลือกใช้

ระดับความพึงพอใจในด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีหลากหลายขนาดบรรจุให้เลือกใช้	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	63	17.10
มาก	142	38.60
ปานกลาง	133	36.10
น้อย	18	4.90
ไม่พอใจ	1	0.30
ไม่มีความคิดเห็น	11	3.00
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีหลากหลายขนาดบรรจุให้เลือกใช้ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 38.60 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 36.10 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 17.10 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 4.90 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 3.00 และระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 17** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อชื่อเสียงตราหือซึ่งนำเชื่อถือ

<u>ระดับความพึงพอใจในด้านชื่อเสียงตราหือ ซึ่งนำเชื่อถือ</u>	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	69	18.80
มาก	151	41.00
ปานกลาง	134	36.40
น้อย	3	0.80
ไม่พอใจ	0	0
ไม่มีความคิดเห็น	11	3.00
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านชื่อเสียงตราหือซึ่งนำเชื่อถือ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 36.40 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 18.80 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 3.00 และระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

**ตารางที่ 18** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อความสะดวกในการใช้

ระดับความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการใช้	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	102	27.70
มาก	200	54.30
ปานกลาง	60	16.30
น้อย	1	0.30
ไม่พอใจ	0	0
ไม่มีความคิดเห็น	5	1.40
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านความสะดวกในการใช้ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 54.30 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 27.70 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 16.30 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 1.40 และระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 19** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อความสะอาดของน้ำซึ่งผลิตด้วยระบบ RO

ระดับความพึงพอใจในด้านความสะอาดของน้ำซึ่งผลิตด้วยระบบ RO	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	136	37.00
มาก	168	45.70
ปานกลาง	47	12.80
น้อย	0	0
ไม่พอใจ	2	0.50
ไม่มีความคิดเห็น	15	4.10
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านความสะอาดของน้ำซึ่งผลิตด้วยระบบ RO อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 45.70 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 37.00 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 12.80 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 4.10 และระดับไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 20** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อรสชาติ

ระดับความพึงพอใจในด้านรสชาติ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	155	42.10
มาก	140	38.00
ปานกลาง	65	17.70
น้อย	6	1.60
ไม่พอใจ	1	0.30
ไม่มีความคิดเห็น	1	0.30
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านรสชาติ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 42.10 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 38.00 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 17.70 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 1.60 ระดับไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.30 และไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ



**ตารางที่ 21** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับ  
ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการไม่มีสี

ระดับความพึงพอใจในด้านไม่มีสี	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	174	47.30
มาก	161	43.80
ปานกลาง	27	7.30
น้อย	0	0
ไม่พอใจ	2	0.50
ไม่มีความคิดเห็น	4	1.10
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านการไม่มีสี อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 47.30 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 43.80 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 7.30 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 1.10 และระดับไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการ ไม่มีกลิ่น

ระดับความพึงพอใจในด้าน ไม่มีกลิ่น	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	173	47.00
มาก	159	43.20
ปานกลาง	29	7.90
น้อย	2	0.50
ไม่พอใจ	2	0.50
ไม่มีความคิดเห็น	3	0.80
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านการ ไม่มีกลิ่น อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 47.00 รองลงมาคือระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 43.20 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 7.90 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 0.80 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.50 และระดับไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 23** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการไม่มีตะกอน

ระดับความพึงพอใจในด้านไม่มีตะกอน	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	182	49.50
มาก	152	41.30
ปานกลาง	32	8.70
น้อย	0	0
ไม่พอใจ	2	0.50
ไม่มีความคิดเห็น	0	0
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านการไม่มีตะกอน อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 49.50 รองลงมาคือระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 41.30 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 8.70 และระดับไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 24** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการไม่มีตะไคร่

ระดับความพึงพอใจในด้านไม่มีตะไคร่	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	182	49.50
มาก	153	41.60
ปานกลาง	31	8.40
น้อย	0	0
ไม่พอใจ	2	0.50
ไม่มีความคิดเห็น	0	0
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านการไม่มีตะไคร่ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 49.50 รองลงมาคือระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 41.60 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 8.40 และระดับไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 25** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ (ขวด/ถัง) ที่จัดส่งให้

ระดับความพึงพอใจในด้านความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ (ขวด/ถัง) ที่จัดส่งให้	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	134	36.40
มาก	159	43.20
ปานกลาง	72	19.60
น้อย	1	0.30
ไม่พอใจ	2	0.50
ไม่มีความคิดเห็น	0	0
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 25 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ (ขวด/ถัง) ที่จัดส่งให้ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 43.20 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 36.40 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 19.60 ระดับไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.50 และระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อความสะดวกในการเปิดใช้

ระดับความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการเปิดใช้	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	105	28.50
มาก	178	48.40
ปานกลาง	81	22.00
น้อย	3	0.80
ไม่พอใจ	1	0.30
ไม่มีความคิดเห็น	0	0
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านความสะดวกในการเปิดใช้ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 48.40 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 28.50 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 22.00 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.80 และระดับไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงสรุปงานและค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านผลิตภัณฑ์ (สรุปจากตารางที่ 12-26)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ						ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	การแปลผล	อันดับ
	มากที่สุด		ปานกลาง		ไม่พอใจ				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
ด้านผลิตภัณฑ์									
ไม่มีสี	174	161	27	0	2	4.39	มาก	1	
ไม่มีตะกอน	182	152	32	0	2	4.39	มาก	2	
ไม่มีตะไคร่	182	153	31	0	2	4.39	มาก	3	
ไม่มีกลิ่น	173	159	29	2	2	4.37	มาก	4	
คุณภาพของน้ำที่ผลิตด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิส (RO)	155	139	54	1	2	4.26	มาก	5	
ปลอดภัยต่อสุขภาพเนื่องจากผลิตด้วยระบบ RO	153	136	62	2	1	4.24	มาก	6	
ความสะดวกของน้ำซึ่งผลิตด้วยระบบ RO	136	168	47	0	2	4.24	มาก	7	
ขอบริจาค	155	140	65	6	1	4.20	มาก	8	
ด้านบรรจุภัณฑ์									
ความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ (ขวด/ถัง) ที่จัดส่งให้ท่าน	134	159	72	1	2	4.15	มาก	9	
สะดวกในการใช้	102	200	60	1	0	4.11	มาก	10	
ความสะดวกในการเปิดใช้	105	178	81	3	1	4.04	มาก	11	

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงสรุปจำนวนและค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของระดับความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำ ไทย ในด้านผลิตภัณฑ์

(สรุปจากตารางที่ 12 – 26)

บรรณภัณฑ์มีหลากหลายขนาดบรรจุให้เลือกใช้	63	142	133	18	1	3.69	มาก	12
<b>ด้านการรับรองคุณภาพ</b>								
การมีเครื่องหมาย ออ. (ของไทย) รับรองคุณภาพ	194	122	40	4	5	4.36	มาก	13
การมีเครื่องหมาย WQA (ของอเมริกา) รับรองคุณภาพ	113	117	93	12	3	3.96	มาก	14
ชื่อเสียงตราที่หื่อน่าเชื่อถือ	69	151	134	3	0	3.80	มาก	15
<b>รวม</b>						4.12	มาก	

จากตารางที่ 27 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำ ไทย ในด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักรวม 4.12 โดยมีความพึงพอใจด้านความสะอาดของน้ำดื่มเป็นอันดับแรกคือ ไม่มีดี ไม่มีตะกอน ไม่มีกลิ่น ซึ่งเป็นผลจากการใช้ระบบรีเวอร์สออสโมซิสในการผลิตจึงทำให้น้ำดื่มมีคุณภาพ สะอาด และมีรสชาติดี ทางด้านความสะดวกและความสะดวกในการใช้/เปิดใช้บรรจุภัณฑ์ และการมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือกใช้พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดมา ส่วนทางด้านการรับรองมาตรฐาน ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดที่ของความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์



**ตารางที่ 28** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการขนส่งน้ำดื่ม

ระดับความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการขนส่งน้ำดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	125	34.00
มาก	186	50.50
ปานกลาง	52	14.10
น้อย	2	0.50
ไม่พอใจ	1	0.30
ไม่มีความคิดเห็น	2	0.50
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 28 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อขนส่งและพนักงาน ด้านความรวดเร็วในการขนส่งน้ำดื่ม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 50.50 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 34.00 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 14.10 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.50 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 0.50 ไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.30 และ ตามลำดับ

**ตารางที่ 29** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อความสม่ำเสมอในการจัดส่งน้ำดื่ม

ระดับความพึงพอใจในด้านความสม่ำเสมอในการจัดส่งน้ำดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	140	38.00
มาก	186	50.50
ปานกลาง	35	9.50
น้อย	2	0.50
ไม่พอใจ	0	0
ไม่มีความคิดเห็น	5	1.40
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 29 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการขนส่งและพนักงาน ด้านความสม่ำเสมอในการจัดส่งน้ำดื่ม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 50.50 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 38.00 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 9.50 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 1.40 และระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 30** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับ  
ความสำคัญของความพึงพอใจต่อความสะดวกในการโทรสั่งซื้อน้ำดื่ม

ระดับความพึงพอใจในด้านความสะดวก ในการโทรสั่งซื้อน้ำดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	84	22.80
มาก	150	40.80
ปานกลาง	45	12.20
น้อย	6	1.60
ไม่พอใจ	5	1.40
ไม่มีความคิดเห็น	78	21.20
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 30 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อ  
ขนส่งและพนักงาน ด้านสะดวกในการโทรสั่งซื้อน้ำดื่ม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อย  
ละ 40.80 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 22.80 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ  
21.20 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 12.20 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 1.60  
และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 1.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 31** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการแต่งกายของพนักงานขนส่ง สุภาพ เรียบร้อย

ระดับความพึงพอใจในด้านการแต่งกายของพนักงานขนส่ง สุภาพ เรียบร้อย	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	79	21.50
มาก	191	51.90
ปานกลาง	92	25.00
น้อย	2	0.50
ไม่พอใจ	0	0
ไม่มีความคิดเห็น	4	1.10
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 31 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อขนส่งและพนักงาน ด้านการแต่งกายของพนักงานขนส่ง สุภาพ เรียบร้อย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 51.90 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 25.00 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 21.50 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 1.10 และระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 32** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราน้ำไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อกิจการมารยาทและความเป็นกันเองกับลูกค้าของพนักงานขนส่ง

ระดับความพึงพอใจในด้านต่อกิจการมารยาทและความเป็นกันเองกับลูกค้าของพนักงานขนส่ง	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	116	31.50
มาก	191	51.90
ปานกลาง	58	15.80
น้อย	1	0.30
ไม่พอใจ	0	0
ไม่มีความคิดเห็น	2	0.50
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 32 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราน้ำไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อขนส่งและพนักงาน ด้านกิริยามารยาทและความเป็นกันเองกับลูกค้าของพนักงานขนส่ง อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 51.90 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 31.50 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 15.80 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 0.50 และระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราไก่ไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการพูดหรือการตอบข้อซักถามของพนักงานขนส่ง

ระดับความพึงพอใจในด้านการพูดหรือการตอบข้อซักถามของพนักงานขนส่ง	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	96	26.10
มาก	188	51.10
ปานกลาง	71	19.30
น้อย	5	1.40
ไม่พอใจ	1	0.30
ไม่มีความคิดเห็น	7	1.90
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 33 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราไก่ไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อขนส่งและพนักงาน ด้านการพูดหรือการตอบข้อซักถามของพนักงานขนส่ง อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 51.10 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 26.10 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 19.30 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 1.90 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 1.40 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 34** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่ออาคารที่ตั้งสำนักงานหาง่าย สะดวกในการเข้าพบ

ระดับความพึงพอใจในด้านอาคารที่ตั้งสำนักงานหาง่าย สะดวกในการเข้าพบ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	38	10.30
มาก	71	19.30
ปานกลาง	74	20.10
น้อย	22	6.00
ไม่พอใจ	7	1.90
ไม่มีความคิดเห็น	156	42.40
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 34 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็นต่อการขนส่งและพนักงาน ด้านอาคารที่ตั้งสำนักงานหาง่าย สะดวกในการเข้าพบ ร้อยละ 42.40 รองลงมาคือ อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 20.10 ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 19.30 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 10.30 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 6.00 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 1.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อพนักงานรับโทรศัพท์ตอบปัญหาได้ดี

ระดับความพึงพอใจในด้านพนักงานรับโทรศัพท์ตอบปัญหาได้ดี	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	48	13.00
มาก	125	34.00
ปานกลาง	82	22.30
น้อย	4	1.10
ไม่พอใจ	5	1.40
ไม่มีความคิดเห็น	104	28.30
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อขนส่งและพนักงาน ด้านพนักงานรับโทรศัพท์ตอบปัญหาได้ดี อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 28.30 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 22.30 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 13.00 ไม่พึงพอใจ ร้อยละ 1.40 และระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 1.10 ตามลำดับ



ตารางที่ 36 แสดงสรุปจำนวนและค่าเฉลี่ยตัวนำหนักของระดับความพึงพอใจของผู้ศึกษาที่ใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านการขนส่งและพนักงาน  
(สรุปจากตารางที่ 28 – 35)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านการขนส่งและพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ						ค่าเฉลี่ย ต่าง น้ำหนัก	การแปลผล	อันดับ
	มากที่สุด		ปานกลาง		น้อย				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
ด้านการขนส่งและการสั่งซื้อ									
ความสม่ำเสมอในการจัดส่งน้ำดื่มแก่ท่าน	140	186	35	2	0	4.28	มาก	1	
ความรวดเร็วในการขนส่งน้ำดื่มให้กับท่าน	125	186	52	2	1	4.18	มาก	2	
ความสะดวกในการโทรศัพท์สั่งซื้อน้ำดื่ม	84	150	45	6	5	4.04	มาก	3	
อาคารที่ตั้งสำนักงานง่าย สะดวกในการเข้าพบ	38	71	74	22	7	3.52	มาก	4	
ด้านพนักงาน									
กิริยามารยาทและความเป็นกันเองกับลูกค้าของพนักงาน	116	191	58	1	0	4.15	มาก	5	
จนส่งเหมาะสม									
การพูดหรือการตอบข้อซักถามของพนักงานขนส่ง	96	188	71	5	1	4.03	มาก	6	
การแต่งกายของพนักงานขนส่งสุภาพเรียบร้อย	79	191	92	2	0	3.95	มาก	7	
พนักงานรับโทรศัพท์ตอบปัญหาได้ดี	48	125	82	4	5	3.78	มาก	8	
รวม						3.66	มาก		

จากตารางที่ 36 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านการขนส่งและพนักงาน โดยเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก รวม 3.66 โดยมีความพึงพอใจในด้านการขนส่งและการสั่งซื้ออยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความสม่ำเสมอในการจัดส่งน้ำดื่ม ความรวดเร็วในการขนส่งน้ำดื่ม ความสะดวกในการโทรสั่งซื้อ อาคารที่ตั้งสำนักงานหาง่าย สะดวกในการเข้าพบ ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจในด้านของพนักงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเป็นอันดับสอง ได้แก่ กริยามารยาทและความเป็นกันเองกับลูกค้าของพนักงานขนส่งเหมาะสม การพูดหรือการตอบข้อซักถามของพนักงานขนส่ง การแต่งกายของพนักงานขนส่งสุภาพ เรียบร้อย และพนักงานรับโทรศัพท์ตอบปัญหาได้ดี ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อราคาของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทยในปัจจุบันเหมาะสมกับคุณภาพ

ระดับความพึงพอใจในด้านราคาของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทยในปัจจุบันเหมาะสมกับคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	50	13.60
มาก	141	38.30
ปานกลาง	160	43.50
น้อย	10	2.70
ไม่พอใจ	6	1.60
ไม่มีความคิดเห็น	1	0.30
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 37 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านราคาของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทยในปัจจุบันเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 38.30 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 13.60 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 2.70 ไม่พึงพอใจ ร้อยละ 1.60 และไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 38** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการเก็บค่ามัดจำถัง (ในราคาลังละ 100 บาท)

ระดับความพึงพอใจในด้านการเก็บค่ามัดจำถัง (ในราคาลังละ 100 บาท)	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	20	5.40
มาก	65	17.70
ปานกลาง	183	49.70
น้อย	34	9.20
ไม่พอใจ	9	2.40
ไม่มีความคิดเห็น	57	15.50
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 38 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านการเก็บค่ามัดจำถัง (ในราคาลังละ 100 บาท) อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 49.70 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 17.70 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 15.50 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 9.20 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 5.40 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 2.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 39** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการเก็บค่ามัดจำถังสีฟ้าใสขนาด 20 ลิตร (300 บาทต่อถัง)

ระดับความพึงพอใจในด้านการเก็บค่ามัดจำถังสีฟ้าใสขนาด 20 ลิตร (100 บาทต่อถัง)	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	14	3.80
มาก	39	10.60
ปานกลาง	158	42.90
น้อย	68	18.50
ไม่พอใจ	23	6.30
ไม่มีความคิดเห็น	66	17.90
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านการเก็บค่ามัดจำถังสีฟ้าใสขนาด 20 ลิตร (300 บาทต่อถัง) อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 42.90 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 18.50 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 17.90 ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 10.60 ไม่พึงพอใจ ร้อยละ 6.30 และระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

**ตารางที่ 40** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการเก็บค่ามัดจำถังสีขาขนาด 20 ลิตร (70 บาทต่อถัง)

ระดับความพึงพอใจในด้านการเก็บค่ามัดจำถังสีขาขนาด 20 ลิตร (70 บาทต่อถัง)	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	11	3.00
มาก	71	19.30
ปานกลาง	193	52.40
น้อย	32	8.70
ไม่พอใจ	6	1.60
ไม่มีความคิดเห็น	55	14.90
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 40 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านการเก็บค่ามัดจำถังสีขาขนาด 20 ลิตร (70 บาทต่อถัง) อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 52.40 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 19.30 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 14.90 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 8.70 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 3.00 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

**ตารางที่ 41** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อการเก็บค่าน้ำดื่มถังขนาด 10 ลิตร (50 บาทต่อถัง)

ระดับความพึงพอใจในด้านการเก็บค่าน้ำดื่มถังขนาด 10 ลิตร (50 บาทต่อถัง)	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	9	2.40
มาก	56	15.20
ปานกลาง	188	51.10
น้อย	33	9.00
ไม่พอใจ	5	1.40
ไม่มีความคิดเห็น	77	20.90
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 41 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านการเก็บค่าน้ำดื่มถังขนาด 10 ลิตร (50 บาทต่อถัง) อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 51.10 รองลงมาคือ ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 20.90 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 15.20 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 9.00 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 2.40 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 1.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 42** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อค่าปรับขวดแตก/หาย ขวดยละ 20 บาท

ระดับความพึงพอใจในด้านค่าปรับขวดแตก/หาย ขวดยละ 20 บาท	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	15	4.10
มาก	33	9.00
ปานกลาง	138	37.50
น้อย	82	22.30
ไม่พอใจ	38	10.30
ไม่มีความคิดเห็น	62	16.80
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 42 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านค่าปรับขวดแตก/หาย ขวดยละ 20 บาท อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 22.30 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 16.80 ไม่พึงพอใจ ร้อยละ 10.30 ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 9.00 และระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 4.10 ตามลำดับ



**ตารางที่ 43** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อค่าปรับถังแตก/หาย โดยการยืมเงินมัดจำ

ระดับความพึงพอใจในด้านค่าปรับถังแตก/หาย โดยการยืมเงินมัดจำ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	15	4.10
มาก	50	13.60
ปานกลาง	157	42.70
น้อย	61	16.60
ไม่พอใจ	28	7.60
ไม่มีความคิดเห็น	57	15.50
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 43 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านค่าปรับถังแตก/หาย โดยการยืมเงินมัดจำ อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 42.70 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 16.60 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 15.50 ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 13.60 ไม่พึงพอใจ ร้อยละ 7.60 และระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 4.10 ตามลำดับ

**ตารางที่ 44** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อความสะดวกในการชำระค่าน้ำดื่มในปัจจุบัน

ระดับความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการชำระค่าน้ำดื่มในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	96	26.10
มาก	191	51.90
ปานกลาง	69	18.80
น้อย	6	1.60
ไม่พอใจ	2	0.50
ไม่มีความคิดเห็น	4	1.10
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 44 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านความสะดวกในการชำระค่าน้ำดื่มในปัจจุบัน อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 51.90 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 26.10 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 18.80 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 1.60 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 1.10 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อราคาของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทยเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำดื่มในระบบ RO ยี่ห้ออื่นๆ

ระดับความพึงพอใจในด้านราคาของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทยเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำดื่มในระบบ RO ยี่ห้ออื่นๆ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	34	9.20
มาก	90	24.50
ปานกลาง	159	43.20
น้อย	21	5.70
ไม่พอใจ	3	0.80
ไม่มีความคิดเห็น	61	16.60
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 45 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านราคาของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทยเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำดื่มในระบบ RO ยี่ห้ออื่นๆ อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 43.20 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 24.50 ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 16.60 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 9.20 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 5.70 และ ไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของความพึงพอใจต่อราคาที่แพงกว่าแสดงถึงคุณภาพที่ดีกว่ายี่ห้ออื่น ๆ

ระดับความพึงพอใจในด้านราคาที่แพงกว่าแสดงถึงคุณภาพที่ดีกว่ายี่ห้ออื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	21	5.70
มาก	56	15.20
ปานกลาง	168	45.70
น้อย	45	12.20
ไม่พอใจ	15	4.10
ไม่มีความคิดเห็น	63	17.10
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 46 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคา ด้านราคาที่แพงกว่าแสดงถึงคุณภาพที่ดีกว่ายี่ห้ออื่น ๆ อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 45.70 รองลงมาคือ ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 17.10 ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 15.20 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 12.20 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 5.70 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 4.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงสรุปจำนวนและค่าเฉลี่ยด้วยน้ำหนักของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านราคา (สรุปจากตารางที่ 37-46)

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ						ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	การแปลผล	อันดับ	
	มากที่สุด		ปานกลาง		น้อย					
	จำนวน	มาก จำนวน	ปานกลาง จำนวน	น้อย จำนวน	น้อยที่สุด จำนวน					
ด้านราคาของน้ำดื่ม										
ราคาของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยในปัจจุบันเหมาะสมกับคุณภาพ	50	141	160	10	6		3.60	มาก	1	
ราคาของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทยเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำดื่มในระบบ RO ยี่ห้ออื่นๆ	34	90	159	21	3		3.43	ปานกลาง	2	
ราคาที่แพงกว่าแสดงถึงคุณภาพที่ดีกว่ายี่ห้ออื่นๆ	21	56	168	45	15		3.08	ปานกลาง	3	
ด้านการเก็บค่ามัดจำ ค่าปรับ และการชำระเงิน										
ความสะดวกในการชำระค่าน้ำดื่มในปัจจุบันเหมาะสม	96	191	69	6	2		4.02	มาก	4	
การเก็บค่ามัดจำถึง (ในราคาลดถึง 100 บาท)	20	65	183	34	9		3.17	ปานกลาง	5	
การเก็บค่ามัดจำถึงสี่ขวานขนาด 20 ลิตร (70 บาทต่อถัง)	11	71	193	32	6		3.16	ปานกลาง	6	
การเก็บค่ามัดจำถึงสี่ขวานขนาด 10 ลิตร (50 บาทต่อถัง)	9	56	188	33	5		3.11	ปานกลาง	7	
ค่าปรับตั้งแต่ก/หาย โดยการยึดเงินมัดจำ	15	50	157	61	28		2.88	ปานกลาง	8	
การเก็บค่ามัดจำถึงสี่ฟ้าใสขนาด 20 ลิตร (300 บาทต่อถัง)	14	39	158	68	23		2.84	ปานกลาง	9	
ค่าปรับขวดแตก/หาย ขวดละ 20 บาท	15	33	138	82	38		2.69	ปานกลาง	10	
	รวม							3.33	ปานกลาง	

จากตารางที่ 47 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านราคา โดยเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก รวม 3.33

โดยมีความพึงพอใจในด้านราคาของน้ำดื่มในระดับมากเป็นอันดับแรก โดยมีความพึงพอใจในด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพในระดับมาก และ ราคาของน้ำดื่มตรา น้ำไทยเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำดื่มในระบบ RO ยี่ห้ออื่น และราคาที่แพงกว่าแสดงถึงคุณภาพที่ดีกว่ายี่ห้ออื่นรองลงมาในระดับปานกลางตามลำดับ

ในด้านการเก็บค่าน้ำดื่ม ค่าปรับ และการชำระเงิน ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านความสะดวกในการชำระค่าน้ำดื่มในปัจจุบันในระดับมาก ส่วนการเก็บค่าน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ และการปรับเมื่อบรรจุภัณฑ์แตก/หาย มีความพึงพอใจในระดับปานกลางตามลำดับ

**ตารางที่ 48** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความ  
 สำคัญของความพึงพอใจต่อข้อมูลในแผ่นพับของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทย มีรายละเอียดเกี่ยว  
 กับระบบการผลิตเพียงพอ

ระดับความพึงพอใจในด้านข้อมูลใน แผ่นพับของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทย มีรายละเอียด เกี่ยวกับระบบการผลิตเพียงพอ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	27	7.30
มาก	79	21.50
ปานกลาง	97	26.40
น้อย	23	6.30
ไม่พอใจ	3	0.80
ไม่มีความคิดเห็น	139	37.80
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 48 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็นต่อการ  
 โฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านข้อมูลในแผ่นพับของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทย มีรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการ  
 ผลิตเพียงพอ ร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 26.40 ระดับ  
 ความพึงพอใจมาก ร้อยละ 21.50 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 7.30 ระดับความพึงพอใจ  
 น้อย ร้อยละ 6.30 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

**ตารางที่ 49** แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามระดับความสำคัญของการพึงพอใจต่อรายละเอียดอื่นๆ ในแผ่นพับมีมากพอที่ผู้อ่านจะเข้าใจ

ระดับความพึงพอใจในด้านรายละเอียดอื่นๆ ในแผ่นพับมีมากพอที่ผู้อ่านจะเข้าใจ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	25	6.80
มาก	70	19.00
ปานกลาง	108	29.30
น้อย	23	6.30
ไม่พอใจ	3	0.80
ไม่มีความคิดเห็น	139	37.80
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 49 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็นต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านรายละเอียดอื่นๆ ในแผ่นพับมีมากพอที่ผู้อ่านจะเข้าใจ ร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 29.30 รองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 19.00 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 6.80 ระดับความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 6.30 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ



ตารางที่ 50 แสดงสรุปจำนวนและค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์  
(สรุปจากตารางที่ 48 – 49)

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ						ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	การแปลผล	อันดับ		
	มากที่สุด		ปานกลาง		น้อย					น้อยที่สุด	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				จำนวน	จำนวน
ข้อมูลในแผนผังของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย มีรายละเอียดเกี่ยวกับ ระบบการผลิตเพียงพอ	27	79	97	23	3		3.45	ปานกลาง	3		
รายละเอียดอื่นๆ ในแผนผังมีมากพอที่ผู้อ่านจะเข้าใจ	25	70	108	23	3		3.40	ปานกลาง	3		
รวม											
2.95											
ปานกลาง											
3											

จากตารางที่ 50 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย ในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก รวม 2.95 โดยมีความพึงพอใจในเรื่องรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการผลิตในแผนผังในระดับปานกลาง และ รายละเอียดอื่นๆ ในแผนผังมีมากพอที่ผู้อ่านจะเข้าใจในระดับปานกลางเป็นอันดับรอง

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทย จำแนกตามวิธีการในการรู้จักน้ำดื่ม ตรา หน้าไทย

วิธีการในการรู้จัก	จำนวน	ร้อยละ
ผ่านพับ	8	2.20
คนรู้จักแนะนำ	305	82.90
จากการทดลองดื่มจากสถานที่อื่น	26	7.10
อื่นๆ	29	7.90
รวม	368	100.00

จากตารางที่ 51 พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการน้ำดื่มตราหน้าไทยส่วนใหญ่รู้จักน้ำดื่มจากคนรู้จักแนะนำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.90 รองลงมา รู้จักจากวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.90 และรู้จักจากการทดลองดื่มจากสถานที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 7.10 ตามลำดับ