

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษารุ่นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจในการชื้อน้ำดื่มบรรจุของของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยชื้อน้ำดื่มบรรจุ จำนวน 321 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 321 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.19 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 40.81 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16-25 ปี ร้อยละ 61.37 รองลงมาอายุ 26-35 ปี ร้อยละ 24.92 ด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 38.63 รองลงมา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 37.38 ด้านอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 60.74 รองลงมาคือ มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 26.17 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 79.13 รองลงมาคือ สมรส ร้อยละ 20.87 สำหรับที่พักอาศัยส่วนใหญ่อยู่กับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 54.52 รองลงมาคือ อยู่กับเพื่อน ร้อยละ 33.02 ด้านลักษณะที่พำนักอาศัยส่วนใหญ่เป็นบ้าน ร้อยละ 51.40 รองลงมา เป็นหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนต์ ร้อยละ 48.60 ด้านประเภทของน้ำดื่ม ส่วนใหญ่ดื่มน้ำประเภทน้ำดื่มบรรจุ ร้อยละ 83.80 รองลงมาคือ น้ำดื่มบรรจุขวด ร้อยละ 76.95 ด้านกรรมวิธีก่อนการบริโภคน้ำดื่ม ส่วนใหญ่ใช้วิธีดื่มเลย ไม่ต้องผ่านกรรมวิธีใดๆ ร้อยละ 90.34 รองลงมาคือ กรองด้วยเครื่องกรองน้ำ ร้อยละ 8.72

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการในการตัดสินใจชื้อน้ำดื่มบรรจุ

ขั้นการรับรู้ความต้องการของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ชื้อน้ำดื่มบรรจุมีสาเหตุ คือ ราคาถูกกว่าน้ำบรรจุภาชนะอื่น ร้อยละ 50.78 รองลงมาคือ ภาชนะที่บรรจุเก็บทิ้งง่าย ร้อยละ 47.04

การค้นหาข้อมูลของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักจากร้านค้าปลีกที่จำหน่ายน้ำ ร้อยละ 82.87 รองลงมาคือ จากคำบอกเล่าของคนที่ยัง ร้อยละ 10.90 สำหรับยี่ห้อที่ผู้บริโภคชื้อน้ำดื่มบรรจุ คือ ยี่ห้อโพลมา มากที่สุด ร้อยละ 24.92 รองลงมา

คือ จำซื้อไม่ได้ ร้อยละ 23.04 โดยมีสาเหตุที่ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อที่บริโภคบ่อย เนื่องจากหาซื้อ  
ง่ายที่สุด ร้อยละ 53.27 รองลงมาคือ สะอาด ไม่มีกลิ่นพลาสติก ร้อยละ 20.56

ในการประเมินทางเลือกการซื้อ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีการเปรียบเทียบกับยี่ห้อ  
อื่น ร้อยละ 52.34 รองลงมาคือ ไม่มีการเปรียบเทียบ ร้อยละ 47.66 ด้านการเปรียบเทียบ ส่วนใหญ่  
เปรียบเทียบในด้านความสะอาด ร้อยละ 45.17 รองลงมาเปรียบเทียบด้านราคา ร้อยละ 21.18

ในการซื้อของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามพบว่า การซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงส่วนใหญ่ซื้อจาก  
ร้านค้าใกล้บ้าน ร้อยละ 85.05 รองลงมาคือ ซื้อในตลาด ร้อยละ 8.72 หากในร้านนั้นไม่มียี่ห้อที่  
เคยบริโภคเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้ออื่นในร้านเดิม ร้อยละ 55.76 รองลงมาคือ  
ซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้ออื่นในร้านเดิม ร้อยละ 28.04 ด้านปริมาณในการซื้อน้ำนั้น ส่วนใหญ่ซื้อใน  
ปริมาณครั้งละครึ่งโหล ร้อยละ 50.16 รองลงมาคือ ครั้งละ 1-2 ถุง ร้อยละ 35.51 สำหรับความถี่  
ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงนั้น ส่วนใหญ่ซื้อ 2-3 วันครั้ง ร้อยละ 34.27 รองลงมาคือ แล้วแต่สะดวก  
หรือตามโอกาส ร้อยละ 27.72

ขึ้นการบริโภคของผู้บริโภคในการตอบแบบสอบถามพบว่า ซื้อน้ำบรรจุถุงไปบริโภคในที่  
พักอาศัย ร้อยละ 72.90 รองลงมาคือ ซื้อเมื่อไปเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 11.21 ส่วนใหญ่ดื่มน้ำบรรจุ  
โดยการเทใส่กระติกน้ำ ร้อยละ 40.19 รองลงมาคือ เทใส่ขวดก่อนบริโภค ร้อยละ 21.81 ส่วนใหญ่  
มีวิธีการเก็บรักษาน้ำบรรจุถุงที่เหลือจากการบริโภค โดยการกรอกเก็บไว้ในขวด ร้อยละ 53.89  
รองลงมามัดเก็บไว้ในถุง ร้อยละ 30.84 ด้านการเก็บรักษาน้ำที่เหลือจากการบริโภค ส่วนใหญ่  
กรอกเก็บไว้ในขวด ร้อยละ 53.89 รองลงมามัดเก็บไว้ในถุง จำนวน 99 คน สำหรับวิธีการเก็บ  
รักษาน้ำบรรจุถุงที่ยังไม่ได้ร้อยละ 27.73

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคภายหลัง จากการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงไปบริโภค

โดยภาพรวมความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพึง  
พอใจในระดับมาก ในด้านความใสสะอาดของน้ำ ในด้านราคาของน้ำดื่มบรรจุถุง ความสะอาด  
ของภาชนะที่บรรจุ ปริมาณของน้ำเมื่อเทียบกับราคา และความสะดวกในการบริโภคน้ำในแต่ละ  
ครั้ง

สำหรับปัญหาในการบริโภคน้ำดื่มบรรจุถุง ส่วนใหญ่คือ ถุงด้านนอกสกปรก ร้อยละ  
42.67 รองลงมา คือถุงมีการรั่วซึม ร้อยละ 36.45 และดื่มครั้งเดียวไม่หมด ทำให้เก็บลำบาก ร้อยละ  
32.71

ตารางที่ 58 สรุปกระบวนการตัดสินใจในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง

<p><b>การรับรู้ความต้องการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เหตุผลที่ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาที่ถูกกว่าบรรจุภาชนะอื่น</li> </ul>
<p><b>การค้นหาข้อมูล</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งข้อมูลสำหรับน้ำดื่มบรรจุถุง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้านค้าปลีกที่จำหน่ายน้ำดื่มบรรจุถุง</li> </ul>
<p><b>การประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ยี่ห้อที่บริโภคบ่อย</li> <li>- การเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยี่ห้อโพล่าเป็นยี่ห้อที่บริโภคบ่อย หาซื้อได้ง่าย</li> <li>- มีการเปรียบเทียบด้านความสะอาดของน้ำ</li> </ul>
<p><b>การซื้อ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งที่ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง</li> <li>- พฤติกรรมการซื้อกรณีที่ยี่ห้อที่เคยซื้อเป็นประจำหมด</li> <li>- ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้ง</li> <li>- ความถี่ในการซื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ซื้อจากร้านค้าใกล้บ้าน</li> <li>- ซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้ออื่นจากร้านเดิม</li> <li>- ครั้งละครึ่งโหล (6 ถุงใน 1 มัด)</li> <li>- ซื้อ 2-3 วันครั้ง</li> </ul>
<p><b>การบริโภค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ที่นำน้ำไปบริโภค</li> <li>- วิธีการบริโภคน้ำในแต่ละครั้ง</li> <li>- วิธีการเก็บรักษาน้ำดื่มที่เหลือจากการบริโภค</li> <li>- วิธีการเก็บรักษาน้ำดื่มที่ยังไม่ได้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ซื้อไปบริโภคในที่พักอาศัย</li> <li>- เทใส่กระติกน้ำก่อนดื่ม</li> <li>- กรอกไว้ในขวด</li> <li>- ซ้อมมาอย่างไรก็เก็บไว้เช่นนั้น</li> </ul>
<p><b>ความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความพึงพอใจต่อน้ำดื่มบรรจุถุง</li> <li>- ความพึงพอใจโดยรวม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พึงพอใจในเรื่องของความสะอาด</li> <li>- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจภายหลังจากการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงไปบริโภคในระดับมาก</li> </ul>
<p><b>ปัญหาที่พบในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงไปบริโภค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ถุงด้านนอกสกปรก</li> </ul>

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง จำแนกตามอาชีพและลักษณะที่พักอาศัย

กระบวนการตัดสินใจในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง จำแนกตามอาชีพ

สาเหตุที่ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงเนื่องจากมีราคาถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุภาชนะอื่นร้อยละ 32.40 รองลงมาคือภาชนะบรรจุเก็บทิ้งง่าย ร้อยละ 30.84 และหาซื้อได้สะดวกร้อยละ 30.53

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงเนื่องจากมีราคาถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุภาชนะอื่นร้อยละ 18.38 รองลงมาคือซื้อชั่วคราวเพราะทดแทนน้ำดื่มภาชนะอื่น (ขวด/ถัง ที่บ้านหมด) ร้อยละ 17.45 รองลงมาคือ ภาชนะที่บรรจุเก็บทิ้งง่ายร้อยละ 16.20

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงเนื่องจากมีราคาถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุภาชนะอื่นมากที่สุดเหมือนกัน

การรู้จักน้ำดื่มบรรจุถุงจากแหล่งต่างๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รู้จักน้ำดื่มบรรจุถุง โดยเห็นจากร้านค้าปลีกที่จำหน่ายร้อยละ 82.05 รองลงมาคือจากคำบอกเล่าของคนที่ยุ่จกร้อยละ 13.85 และเห็นจากรถจำหน่ายร้อยละ 4.10

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ รู้จักน้ำดื่มบรรจุถุง โดยเห็นจากร้านค้าปลีกที่จำหน่ายร้อยละ 84.13 รองลงมาคือเห็นจากรถจำหน่ายร้อยละ 8.73 และจากคำบอกเล่าของคนที่ยุ่จกร้อยละ 6.35

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและอาชีพอื่น ๆ รู้จักน้ำดื่มบรรจุถุงโดยเห็นจากร้านค้าปลีกที่จำหน่ายมากที่สุดเหมือนกัน

ยี่ห้อน้ำดื่มบรรจุถุงที่บริโภคบ่อยที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา บริโภคน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อโพล่าบ่อยที่สุดร้อยละ 21.03 รองลงมาคือยี่ห้อคิวครอป ร้อยละ 18.97 และยี่ห้อฟรีเบิร์ต ร้อยละ 18.46

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ จำชื่อน้ำดื่มที่บริโภคบ่อยที่สุดไม่ได้ ร้อยละ 31.76 รองลงมาคือ ยี่ห้อโพล่าร้อยละ 30.95 และยี่ห้อเรเดียน ร้อยละ 15.08

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ มีความแตกต่างกันคือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา บริโภคน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อโพล่ามากที่สุด อาชีพอื่น ๆ จำชื่อยี่ห้อน้ำดื่มที่บริโภคมมากที่สุดไม่ได้

เหตุผลในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงของยี่ห้อที่บริโภคบ่อยที่สุดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อโพล่าบ่อยที่สุดเนื่องจาก หาซื้อง่ายที่สุด ร้อยละ 50.26 รองลงมาคือสะอาด ไม่มีกลิ่นพลาสติก ร้อยละ 26.15 และเป็นยี่ห้อเดียวที่รู้จักคุ้นเคย 14.36

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์บริโภคบ่อยที่สุดเนื่องจากหาซื้อง่ายที่สุดร้อยละ 57.94 รองลงมาคือ เป็นยี่ห้อเดียวที่รู้จักคุ้นเคยร้อยละ 15.08 และสะอาดไม่มีกลิ่นพลาสติกร้อยละ 11.90

การเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ยี่ห้ออื่น ๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 60.51 รองลงมาคือ ไม่มีการเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 39.49

ผู้ตอบแบบสอบถามยี่ห้ออื่น ๆ ไม่มีการเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 60.32 รองลงมาคือ มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 39.68

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ มีความแตกต่างกันคือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ยี่ห้ออื่นมากที่สุด อาชีพอื่น ๆ ไม่มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ยี่ห้ออื่น ๆ มากที่สุด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์บริโภคบ่อยที่สุดเนื่องจากหาซื้อง่ายที่สุดเหมือนกัน

ปัจจัยที่ใช้ในการเปรียบเทียบพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการเปรียบเทียบด้านความสะอาดร้อยละ 55.08 รองลงมาคือเปรียบเทียบด้านราคา ร้อยละ 44.92

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ มีการเปรียบเทียบด้านความสะอาดร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เปรียบเทียบด้านราคา 30.00

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ มีการเปรียบเทียบด้านความสะอาดมากที่สุดเหมือนกัน

แหล่งชื่อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ชื่อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์จากร้านค้าใกล้บ้านร้อยละ 95.90 รองลงมาคือซื้อจากรถจำหน่าย ร้อยละ 3.08 และซื้อในตลาด ร้อยละ 1.02

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์จากร้านค้าใกล้บ้านร้อยละ 68.25 รองลงมาคือซื้อในตลาดร้อยละ 20.64 และซื้อจากรถจำหน่าย 11.11

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์จากร้านค้าใกล้บ้านมากที่สุดเหมือนกัน

พฤติกรรมการซื้อในร้านค้า กรณีที่ไม่มีน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ยี่ห้อที่เคบบริโภคเป็นประจำจำหน่ายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ชื่อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ยี่ห้ออื่นในร้านเดิมกรณีที่ไม่มีน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ยี่ห้อที่บริโภคเป็นประจำจำหน่าย ร้อยละ 58.97 รองลงมาคือ ชื่อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์อื่นในร้านเดิม ร้อยละ 21.54 และชื่อน้ำดื่มบรรจุภัณฑ์ยี่ห้อเดิมในร้านอื่นร้อยละ 12.31

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้ออื่นในร้านเดิมกรณีที่ไม่มีน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อที่บริโภคเป็นประจำจำหน่ายร้อยละ 50.79 รองลงมาคือ ชื่อน้ำดื่มบรรจุภาชนะอื่นในร้านเดิมร้อยละ 38.10 และชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อเดิมในร้านอื่นร้อยละ 9.53

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้ออื่นในร้านเดิม กรณีที่ไม่มีน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อที่บริโภคเป็นประจำจำหน่าย มากที่สุดเหมือนกัน

ปริมาณการชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงในแต่ละครั้งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงครั้งละ ครั้งโหลร้อยละ 52.82 รองลงมาคือ ชื้อครั้งละ 1-2 ถุงร้อยละ 35.90 และซื้อครั้งละ 1 โหล ร้อยละ 9.74

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงครั้งละ ครั้งโหลร้อยละ 46.03 รองลงมาซื้อครั้งละ 1-2 ถุงร้อยละ 34.92 และซื้อมากกว่า 1 โหลต่อครั้งร้อยละ 11.11

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงครั้งละ ครั้งโหลมากที่สุดเหมือนกัน

ระยะเวลาในการชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงในแต่ละครั้งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุง 2-3 วันครั้ง ร้อยละ 43.59 รองลงมาคือ ชื้ออาทิตย์ละครั้งร้อยละ 25.13 และซื้อแล้วแต่สะดวกหรือตามโอกาสร้อยละ 16.92

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงแล้วแต่สะดวกหรือตามโอกาส ร้อยละ 44.45 รองลงมาคือซื้อ 2-3 วันครั้งร้อยละ 19.84 และซื้ออาทิตย์ละครั้ง ร้อยละ 13.49

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ มีความแตกต่างกัน คืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา ซื้อ 2-3 วันครั้งมากที่สุด อาชีพอื่น ๆ ซื้อแล้วแต่สะดวกหรือตามโอกาสมากที่สุด

โอกาสในการบริโภคน้ำดื่มพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงไปบริโภคในที่พักอาศัยร้อยละ 78.97 รองลงมาซื้อเมื่อไปเที่ยว ร้อยละ 11.28 และซื้อในโอกาสพิเศษ เช่นทำบุญ ร้อยละ 6.67

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงไปบริโภคในที่พักอาศัยร้อยละ 63.49 รองลงมาคือ ซื้อไปบริโภคที่ทำงาน 16.67 และซื้อเมื่อไปเที่ยว 11.11

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงไปบริโภคในที่พักอาศัยมากที่สุดเหมือนกัน

วิธีการเติมน้ำบรรจุถุงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีวิธีการเติมน้ำดื่มบรรจุถุงโดยเทใส่กระติกน้ำก่อนบริโภค ร้อยละ 41.54 รองลงมาคือ เทใส่ขวดก่อนบริโภค ร้อยละ 23.08 และเทใส่แก้วก่อนบริโภค ร้อยละ 18.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ มีวิธีการค้ำน้ำค้ำมบรรจุลงโดยการเทใส่กระตักน้ำก่อน บริโภค ร้อยละ 38.10 รองลงมาคือ เทใส่แก้วก่อนบริโภค ร้อยละ 22.22 และใช้หลอดดูดจากถาดน้ำ ค้ำม ร้อยละ 19.84 เทใส่ขวดก่อนบริโภค ร้อยละ 19.84

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ มีวิธีการค้ำน้ำค้ำม บรรจุลงโดยการเทใส่กระตักน้ำก่อนการบริโภคมากที่สุดเหมือนกัน

วิธีการเก็บรักษาน้ำค้ำมบรรจุลงที่เหลือจากการบริโภค หลังการเปิดถุงแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เก็บรักษาน้ำค้ำมบรรจุลงที่เหลือจากการบริโภคหลังการเปิดถุง โดยกรอกเก็บไว้ในขวด ร้อยละ 52.82 รองลงมาคือ มัดเก็บไว้ในถุง ร้อยละ 25.13 และตั้งทิ้งไว้เฉย ๆ ร้อยละ 22.05

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ เก็บรักษาน้ำค้ำมบรรจุลงที่เหลือจากการบริโภคหลังการเปิดถุงโดย กรอกเก็บไว้ในขวดร้อยละ 55.55 รองลงมาคือการมัดเก็บไว้ในถุง ร้อยละ 39.68 และตั้งทิ้งไว้เฉย ๆ ร้อยละ 4.77

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ เก็บรักษาน้ำค้ำมบรรจุลงที่เหลือจากการบริโภคหลังการเปิดถุง โดยกรอกเก็บไว้ในขวดมากที่สุดเหมือนกัน

วิธีการเก็บรักษาน้ำค้ำมบรรจุลงที่ยังไม่ได้บริโภคพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เก็บรักษาน้ำค้ำมบรรจุลงที่ยังไม่ได้บริโภค โดย ซ้อมมาอย่างไรก็เก็บไว้อย่างนั้น ร้อยละ 73.33 รองลงมาคือ เทใส่ภาชนะอื่น ๆ เก็บไว้ร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ เก็บรักษาน้ำค้ำมบรรจุลงที่ยังไม่ได้บริโภค โดย ซ้อมมาอย่างไรก็เก็บไว้อย่างนั้น ร้อยละ 70.63 รองลงมาคือ เทน้ำใส่ภาชนะอื่น ๆ เก็บไว้ ร้อยละ 29.37

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ เก็บรักษาน้ำค้ำมบรรจุลงที่ยังไม่ได้บริโภค โดยซ้อมมาอย่างไรก็เก็บไว้อย่างนั้น มากที่สุดเหมือนกัน

ความพึงพอใจของผู้บริโภคจากการซื้อ น้ำค้ำมบรรจุลงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาพึงพอใจในเรื่อง ความใสสะอาดของน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.76) เรื่องราคาของน้ำค้ำม (ค่าเฉลี่ย 3.73) เรื่องปริมาณของน้ำเมื่อเทียบกับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความสะอาดของภาชนะที่บรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการกำจัดภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ พึงพอใจในเรื่อง ความใสสะอาดของน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดในการบริโภคน้ำในแต่ละครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.65) และเรื่องความสะอาดของภาชนะที่บรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และราคาของน้ำค้ำม (ค่าเฉลี่ย 3.50)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ พึงพอใจในเรื่อง ความใสสะอาดของน้ำมากที่สุดเหมือนกัน

ปัญหาที่พบในการบริโภคน้ำดื่มบรรจุถุงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาพบปัญหาคือ ถุงด้านนอกสกปรก ร้อยละ 27.41 รองลงมาคือ มีกลิ่นถุงพลาสติกปนกับน้ำ ร้อยละ 22.43 และ ดื่มครั้งเดียวไม่หมด ทำให้เก็บลำบาก ร้อยละ 22.12

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ พบปัญหาคือ ถุงมีการรั่วซึม ร้อยละ 15.89 รองลงมาคือ ถุงด้านนอกสกปรก ร้อยละ 15.26 และ ไม่บอกวันผลิต/วันหมดอายุ ร้อยละ 11.21

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ มีความแตกต่างกันคือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษาพบปัญหาคือ ถุงด้านนอกสกปรก มากที่สุด อาชีพอื่นๆ พบปัญหาคือ ถุงมีการรั่วซึม มากที่สุด

กระบวนการตัดสินใจในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง จำแนกตามลักษณะที่พึงอาศัย

สาเหตุที่ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง เนื่องจาก มีราคาถูกกว่าน้ำบรรจุภาชนะอื่น ร้อยละ 30.22 รองลงมา คือ ภาชนะที่บรรจุเก็บทิ้งง่าย ร้อยละ 23.36 และต้องซื้อชั่วคราว เพราะทดแทนน้ำดื่มบรรจุภาชนะอื่น (ขวด/ถัง ที่บ้านหมด) ร้อยละ 19.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงเนื่องจากภาชนะที่บรรจุเก็บทิ้งง่าย ร้อยละ 23.38 รองลงมาคือหาซื้อได้สะดวก ร้อยละ 23.36 และราคาถูกกว่าน้ำบรรจุภาชนะอื่น ร้อยละ 20.56

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน และที่พักที่หอพัก/คอนโด แตกต่างกัน คือ ที่พักที่บ้านซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงเนื่องจากมีราคาถูกกว่าน้ำบรรจุภาชนะอื่น ที่พักที่หอพัก/คอนโด ซื้อเพราะภาชนะที่บรรจุเก็บทิ้งง่าย

การรู้จักน้ำดื่มบรรจุถุงจากแหล่งต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน รู้จักน้ำดื่มบรรจุถุงโดยเห็นจากร้านค้าปลีกที่จำหน่าย ร้อยละ 82.42 รองลงมา คือเห็นจากรถจำหน่าย ร้อยละ 9.09 และจากคำบอกเล่าของคนที่ยังไม่รู้ ร้อยละ 7.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด รู้จักน้ำดื่มบรรจุถุงโดยเห็นจากร้านค้าปลีกที่จำหน่าย ร้อยละ 83.34 รองลงมาคือ จากคำบอกเล่าของคนที่ยังไม่รู้ ร้อยละ 14.10 และเห็นจากรถจำหน่าย ร้อยละ 2.56

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน และที่พักที่หอพัก/คอนโด รู้จักน้ำดื่มบรรจุถุงโดยเห็นจากร้านค้าปลีกที่จำหน่ายมากที่สุดเหมือนกัน



ยี่ห้อน้ำดื่มบรรจุถุงที่บริโภคบ่อยที่สุดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน บริโภคน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อโพลาร้อยละ 27.88 รองลงมาคือจำชื่อไม่ได้ ร้อยละ 24.24 และยี่ห้อเรเดียน ร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด บริโภคน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อโพลาร้อยละ 21.79 จำชื่อไม่ได้ร้อยละ 21.79 รองลงมาคือ ยี่ห้อคิววโรป ร้อยละ 21.15 และยี่ห้อฟรีเบิร์ตร้อยละ 17.31

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน และที่พักที่หอพัก/คอนโด ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อโพลามากที่สุดเหมือนกัน

เหตุผลในการชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงของยี่ห้อที่บริโภคบ่อยที่สุดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงที่บริโภคบ่อยที่สุดเนื่องจากหาซื้อได้ง่ายที่สุดร้อยละ 51.51 รองลงมาคือสะอาด ไม่มีกลิ่นพลาสติก ร้อยละ 18.79 และเป็นยี่ห้อเดียวที่รู้จักกันเคย ร้อยละ 16.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงที่บริโภคบ่อยที่สุด เนื่องจากหาซื้อได้ง่ายที่สุด ร้อยละ 55.12 รองลงมาคือสะอาด ไม่มีกลิ่นพลาสติก ร้อยละ 22.44 และเป็นยี่ห้อเดียวที่รู้จักกันเคย ร้อยละ 12.82

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงที่บริโภคบ่อยที่สุดเนื่องจากหาซื้อได้ง่ายที่สุดเหมือนกัน

การเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุถุงกับยี่ห้ออื่นๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน ไม่มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุถุงกับยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 53.33 รองลงมาคือ มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุถุงกับยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 46.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุถุงกับยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ ไม่มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุถุงกับยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 41.67

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด มีความแตกต่างกันคือ ที่พักที่บ้าน ไม่มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุถุงกับยี่ห้ออื่น ๆ มากที่สุด ที่พักที่หอพัก/คอนโด มีการเปรียบเทียบน้ำดื่มบรรจุถุงกับยี่ห้ออื่น ๆ มากที่สุด

ปัจจัยที่ใช้ในการเปรียบเทียบพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน มีการเปรียบเทียบด้านความสะอาด ร้อยละ 75.32 รองลงมาคือ มีการเปรียบเทียบด้านราคา ร้อยละ 24.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด มีการเปรียบเทียบเปรียบเทียบด้านราคา ร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ เปรียบเทียบด้านความสะอาด ร้อยละ 46.15

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด มีความแตกต่างกันคือที่พักที่บ้าน มีการเปรียบเทียบด้านความสะอาดมากที่สุด ที่หอพัก/คอนโด มีการเปรียบเทียบด้านราคามากที่สุด

แหล่งซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงจากร้านใกล้บ้าน ร้อยละ 73.33 รองลงมาคือ ซื้อในตลาด ร้อยละ 15.76 และ ซื้อจากรถจำหน่าย ร้อยละ 10.91

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงจากร้านใกล้บ้าน ร้อยละ 97.44 รองลงมาคือ ซื้อจากรถจำหน่าย ร้อยละ 1.28 และ ซื้อในตลาด ร้อยละ 1.28

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงจากร้านใกล้บ้าน มากที่สุด เหมือนกัน

พฤติกรรมการซื้อในร้านค้า กรณีที่ไม่มีน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อที่เคบบริโกลเป็นประจำ จำหน่ายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน ซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้ออื่นในร้านเดิม กรณีที่ไม่มีน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อบริโกลเป็นประจำจำหน่าย ร้อยละ 42.42 รองลงมาคือ ซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้ออื่นในร้านเดิม ร้อยละ 36.36 และ ซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้อเดิมในร้านอื่น ร้อยละ 15.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด ซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้ออื่นในร้านเดิม กรณีที่ไม่มีน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อบริโกลเป็นประจำจำหน่าย ร้อยละ 69.87 รองลงมาคือ ซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้ออื่นในร้านเดิม ร้อยละ 19.23 และ ซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้อเดิมในร้านอื่น ร้อยละ 6.41

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด ซื้อน้ำบรรจุถุงยี่ห้ออื่นในร้านเดิม กรณีที่ไม่มีน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อบริโกลเป็นประจำจำหน่าย มากที่สุด เหมือนกัน

ปริมาณการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงในแต่ละครั้งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน ซื้อน้ำบรรจุถุงครั้งละครั้ง โหล ร้อยละ 44.85 รองลงมาคือ ครั้งละ 1-2 ถุง ร้อยละ 40.61 และ ซื้อมากกว่า 1 โหลต่อครั้ง ร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด ซื้อน้ำบรรจุถุงครั้งละครั้ง โหล ร้อยละ 55.77 รองลงมาคือ ซื้อครั้งละ 1-2 ถุง ร้อยละ 30.13 และ ซื้อครั้งละ 1 โหล ร้อยละ 12.82

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด ซื้อน้ำบรรจุถุงครั้งละครั้ง โหล มากที่สุด เหมือนกัน

ระยะเวลาในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงในแต่ละครั้งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงแล้วแต่สะดวกหรือตามโอกาส ร้อยละ 35.16 รองลงมาคือ ซื้อ 2-3 วันครั้ง ร้อยละ 27.27 และ ซื้ออาทิตย์ละครั้ง ร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด ซื้อน้ำบรรจุถุง 2-3 วันครั้ง ร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ ซื้ออาทิตย์ละครั้ง ร้อยละ 21.15 และ ซื้อแล้วแต่สะดวกหรือตามโอกาส ร้อยละ 19.86

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด มีความแตกต่างกัน คือ ที่พักที่บ้าน ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงแล้วแต่สะดวกหรือตามโอกาส มากที่สุด ที่พักที่หอพัก/คอนโด ชื่อน้ำบรรจุถุง 2-3 วันครั้ง มากที่สุด

โอกาสในการบริโภคน้ำดื่มพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน ชื่อน้ำดื่มบรรจุถุงไปบริโภคในที่พักอาศัย ร้อยละ 64.85 รองลงมาคือ ชื่อน้ำดื่มเมื่อไปเที่ยว ร้อยละ 17.58 และ ชื่อน้ำดื่มไปบริโภคที่ทำงาน ร้อยละ 13.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด ชื่อน้ำดื่มไปบริโภคในที่พักอาศัย ร้อยละ 81.41 รองลงมาคือ ชื่อน้ำดื่มในโอกาสพิเศษ เช่น ทำบุญ ร้อยละ 10.89 และ ชื่อน้ำดื่มเมื่อไปเที่ยว ร้อยละ 4.49

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด ชื่อน้ำดื่มไปบริโภคในที่พักอาศัย มากที่สุด เหมือนกัน

วิธีการดื่มน้ำบรรจุถุงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน มีวิธีการดื่มน้ำดื่มบรรจุถุงโดยเทใส่กระติกน้ำก่อนบริโภค ร้อยละ 35.15 รองลงมาคือ ใช้หลอดดูดจากถุงน้ำดื่ม ร้อยละ 24.85 และ เทใส่แก้วก่อนบริโภค ร้อยละ 23.64

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด มีวิธีการดื่มน้ำดื่มบรรจุถุงโดยเทใส่กระติกน้ำก่อนบริโภค ร้อยละ 45.51 รองลงมาคือ เทใส่ขวดก่อนบริโภค ร้อยละ 27.56 และ เทใส่แก้วก่อนบริโภค ร้อยละ 16.67

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด มีวิธีการดื่มน้ำดื่มบรรจุถุงโดยเทใส่กระติกน้ำก่อนบริโภค มากที่สุด เหมือนกัน

วิธีการเก็บรักษาน้ำดื่มบรรจุถุงที่เหลือจากการบริโภค หลังการเปิดถุงแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน เก็บรักษาน้ำดื่มบรรจุถุงที่เหลือจากการบริโภคหลังจากเปิดถุงแล้ว โดยกรอกเก็บไว้ในขวด ร้อยละ 43.64 รองลงมาคือ มัดเก็บไว้ในถุง ร้อยละ 35.15 และ ตั้งทิ้งไว้เฉยๆ ร้อยละ 21.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด เก็บรักษาน้ำดื่มบรรจุถุงที่เหลือจากการบริโภคหลังจากเปิดถุงแล้ว โดยกรอกเก็บไว้ในขวด ร้อยละ 64.74 รองลงมาคือ มัดเก็บไว้ในถุง ร้อยละ 26.28 และ ตั้งทิ้งไว้เฉยๆ ร้อยละ 8.98

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด เก็บรักษาน้ำดื่มบรรจุถุงที่เหลือจากการบริโภคหลังจากเปิดถุงแล้ว โดยกรอกเก็บไว้ในขวด มากที่สุด เหมือนกัน

วิธีการเก็บรักษาน้ำดื่มบรรจุถุงที่ยังไม่ได้บริโภคพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน เก็บรักษาน้ำดื่มบรรจุถุงที่ยังไม่ได้จากการบริโภค โดยซื้อมาอย่างไรก็เก็บไว้เฉยๆ ร้อยละ 73.94 รองลงมาคือ เทน้ำใส่ภาชนะอื่น ๆ เก็บไว้ ร้อยละ 26.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก/คอนโด เก็บรักษาน้ำดื่มบรรจุถุงที่ยังมีได้จากการบริโภค โดยซื้อมาอย่างไรก็เก็บไว้เช่นนั้น ร้อยละ 70.51 รองลงมาคือ เหน้ใส่ภาชนะอื่น ๆ เก็บไว้ร้อยละ 29.49

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก/คอนโด เก็บรักษาน้ำดื่มบรรจุถุงที่ยังมีได้จากการบริโภคโดยซื้อมาอย่างไรก็เก็บไว้เช่นนั้น มากที่สุด เหมือนกัน

ความพึงพอใจของผู้บริโภคจากการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านพึงพอใจในเรื่อง ความใสสะอาดของน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.77) เรื่องราคาของน้ำดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.76) เรื่องปริมาณของน้ำเมื่อเทียบกับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความสะดวกในการบริโภคน้ำในแต่ละครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.56) ความสะอาดของภาชนะที่บรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และการกำจัดภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก /คอนโด พึงพอใจในเรื่อง ความใสสะอาดของน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.74) เรื่องความสะอาดของภาชนะที่บรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และเรื่องความราคาของน้ำดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.51)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่พักที่หอพัก /คอนโด พึงพอใจในเรื่อง ความใสสะอาดของน้ำ มากที่สุด เหมือนกัน

ปัญหาที่พบในการบริโภคน้ำดื่มบรรจุถุงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้าน พบปัญหา คือ ดุงมีการรั่วซึม ร้อยละ 18.38 รองลงมาคือ ดุงด้านนอกสกปรก ร้อยละ 17.45 และ ดื่มครั้งเดียวไม่หมด ทำให้เก็บลำบาก ร้อยละ 16.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่หอพัก /คอนโด พบปัญหา คือ ดุงด้านนอกสกปรก ร้อยละ 25.23 รองลงมาคือ ดุงมีการรั่วซึม ร้อยละ 18.07 และ มีกลิ่นดุงพลาสติกปนกับน้ำ ร้อยละ 16.20

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พักที่บ้านและที่หอพัก /คอนโด มีความแตกต่างกันคือ ที่พักที่บ้าน พบปัญหา คือ ดุงมีการรั่วซึม มากที่สุด ที่พักที่หอพัก /คอนโด พบปัญหา คือ ดุงด้านนอกสกปรก มากที่สุด

### อภิปรายผลการศึกษา

การอภิปรายผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล โดยสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ด้วย

1. แนวคิดการวินิจฉัยกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Blackwell; Miniard and Engel ระบุว่า แนวคิดการวินิจฉัยกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 7 ขั้นตอนได้แก่ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจ

ซื้อ การซื้อ การบริโภค การประเมินความพึงพอใจ และ การใช้สินค้าให้หมดไป ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

การรับรู้ความต้องการของผู้บริโภค ผู้บริโภคต้องการน้ำดื่มบรรจุถุงที่ถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุภาชนะอื่นมากที่สุด

การค้นหาข้อมูลของผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจากการพบเห็นจากร้านค้าปลีกที่จำหน่ายน้ำดื่มบรรจุถุงมากที่สุด

การประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีการประเมินทางเลือกโดยการเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ในด้านของความสะอาดมากที่สุด

การซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อเดิมที่เคยซื้อเป็นประจำ เหตุผลที่ซื้อเพราะหาซื้อได้ง่ายที่สุด และซื้อจากร้านค้าใกล้บ้านมากที่สุด

ผู้บริโภคจะซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้ออื่นจากร้านเดิมที่เคยซื้อ หากยี่ห้อเดิมที่เคยซื้อหมด ผู้บริโภคนิยมซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงในปริมาณ ครั้งละ ครั้งโหล (6 ถุงใน 1 มัด) มากที่สุด ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงในระยะเวลา 2-3 วันต่อครั้ง

การบริโภคของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะซื้อน้ำดื่มไปบริโภค ในที่พักอาศัยมากที่สุด ผู้บริโภคมีวิธีในการดื่มน้ำดื่มบรรจุถุงโดยการเทใส่กระติกก่อนดื่มมากที่สุด ผู้บริโภคมีการเก็บรักษาน้ำที่เหลือจากการบริโภค โดยการกรอกเก็บไว้ในขวดมากที่สุด ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการเก็บรักษาน้ำที่ยังไม่ได้บริโภค โดยซื้อมาอย่างไรก็เก็บไว้อย่างนั้น

การประเมินความพึงพอใจภายหลังการบริโภคน้ำดื่มบรรจุถุง มีความพึงพอใจมากคือ ความใสสะอาดของน้ำ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจกับความใสสะอาดของน้ำดื่มบรรจุถุงก็จะกลับมาซื้อในครั้งต่อไป ซึ่งในขั้นนี้จะเป็นขั้นที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ เนื่องจากความพึงพอใจภายหลังการบริโภคจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำขึ้นอีก

2. จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของ โยธกานต์ เชาวน์เกษม (2546) และ สุภาวดี ประชากุล (2543) สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ของ โยธกานต์ เชาวน์เกษม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อน้ำดื่ม คือความสะอาดของน้ำดื่มซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ที่พบว่า ในการประเมินทางเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจะเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในด้านความสะอาดมากที่สุด และพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อยี่ห้อที่เคยซื้อเป็นประจำสำหรับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย คือความสะดวกในการหาซื้อได้ง่ายตามร้านขายของชำซึ่งสอดคล้องกับ

การศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคจะซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อเดิมที่เคยซื้อเป็นประจำ เหตุผลที่ซื้อเพราะหาซื้อง่ายที่สุดและ ซื้อจากร้านค้าใกล้บ้านมากที่สุด

2.2 จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ของสุภาวดี ประชาภูต พบว่า ผู้บริโภคบางส่วนพบปัญหาจากการซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะคือน้ำมีกลิ่นพลาสติก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ที่พบว่า ปัญหาที่พบจากการบริโภคน้ำดื่มบรรจุถุง คือถุงด้านนอกสกปรก ถุงมีการรั่วซึมและมีกลิ่นพลาสติกปนกับน้ำ

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจ ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. ในแง่ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มอาชีพที่นิยมซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงได้แก่ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งจะเป็นทั้งกลุ่มที่อาศัยอยู่บ้านและกลุ่มที่อาศัยอยู่เป็นหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนต์ ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน
2. สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้อน้ำดื่มบรรจุถุง ได้แก่ ราคาที่ถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุภาชนะอื่นๆ รองลงมาได้แก่ ภาชนะที่บรรจุเก็บทิ้งง่าย และหาซื้อได้สะดวกเนื่องจากมีขายข้างที่พัก ตามลำดับ
3. การรู้จักน้ำดื่มบรรจุถุง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะรู้จัก โดยการเห็นจากร้านค้าปลีกที่จำหน่ายมากที่สุด
4. น้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้อที่รู้จักมากที่สุด คือ ยี่ห้อโพล่า และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ไม่มีความภักดีต่อตรายี่ห้อ (Brand Loyalty) เพราะไม่สนใจตรายี่ห้อของน้ำดื่ม โดยพบว่าเมื่อถึงร้อยละ 23.06 ที่จำตรายี่ห้อของน้ำดื่มบรรจุถุงที่ซื้อไม่ได้และหากยี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย จะเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงยี่ห้ออื่นๆในร้านเดิมทดแทนได้

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา กระบวนการตัดสินใจในการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาประกอบการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาทางการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงไปบริโภค ทำให้เกิดการซื้อซ้ำ และช่วยแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อน คนรู้จักให้มาซื้อน้ำดื่มบรรจุถุงไปบริโภค ซึ่งผู้ประกอบการต้องวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสอดคล้องตามแนวคิด Marketing Mix (4 P's) ดังนี้

### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ควรให้ข้อมูลด้านสินค้า เช่น ฉลากควรมีข้อมูลบริโภค บอกถึงแร่ธาตุต่างๆ ที่อยู่ในน้ำ วันผลิต และให้ข้อมูลของราคาอย่างชัดเจน โดยติดราคาบนบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจน

เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญ กับเรื่องของความใสสะอาดของน้ำ จึงควรมีการการันตีถึงความใสสะอาดน้ำ โดยมีเครื่องหมายรับประกันคุณภาพน้ำ

เนื่องจากผู้บริโภคเป็นกลุ่มอายุ 16-20 เป็นนักเรียน นักศึกษา และพักอาศัยอยู่กับครอบครัวญาติพี่น้องที่บ้าน ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ควรออกแบบให้ดูทันสมัยเหมาะสมกับวัยของผู้บริโภค

การบริโภคของผู้บริโภคแต่ละครั้งจะบริโภคไม่หมดในครั้งเดียว ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ของน้ำดื่มควรจะลักษณะตั้งได้ ลักษณะเนื้อแข็ง เพื่อสะดวกในการเก็บหลังจากดื่มไม่หมด หรืออาจจะลดขนาดบรรจุลง เพื่อให้เหมาะสมกับการบริโภคให้หมดในการดื่มในแต่ละครั้ง แต่ทั้งนี้ต้องดูถึงผลของต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ที่จะกระทบถึงราคาขายด้วย

เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของน้ำดื่ม ดังนั้นควรให้ความสำคัญในเรื่องนี้เป็นพิเศษ โดยต้องมีการตรวจสอบระบบน้ำอยู่ประจำ เพื่อรักษามาตรฐานความสะอาด ประกอบกับบรรจุภัณฑ์ต้องมีความใสสะอาดเช่นกัน เพราะหากบรรจุภัณฑ์มีความขุ่น มีฝุ่นเกาะจะส่งผลให้ น้ำดื่มดูไม่ใสสะอาดไปด้วย

ควรจัดระบบการตรวจสอบสินค้าก่อนการวางจัดจำหน่าย(Quality Control) ควบคุมสินค้าให้ได้มาตรฐาน เพื่อป้องกันการรั่วซึมของบรรจุภัณฑ์

### 2. ด้านราคา (Price)

เนื่องจากน้ำดื่มบรรจุลงที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาดปัจจุบันมีราคาอยู่แล้ว และแต่ละยี่ห้อมีราคาที่แตกต่างกัน และมีความเหมาะสมอยู่แล้วดังนั้นจึงไม่มีข้อเสนอแนะในส่วนของด้านราคา

### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ควรมีการนำระบบ Logistics มาใช้ในการจัดส่งสินค้าเพื่อให้สามารถส่งสินค้าได้ทันเวลา ทำให้สินค้าไม่ขาดตลาด สามารถกระจายสินค้าได้ครอบคลุมทั่วอำเภอเมือง และสามารถกระจายสินค้าได้รวดเร็ว

ควรมีการนำระบบ Just in time มาใช้เพื่อให้สินค้าคงคลังหมุนเร็วขึ้น ทำให้สต็อกสินค้ามีน้อย ทำให้ต้นทุนค่าเก็บรักษาสินค้าคงคลังต่ำลง

### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เนื่องจากน้ำดื่มบรรจุลง ยังถือว่าอยู่ในตลาดเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นตลาดที่ยังแคบอยู่ ดังนั้นต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้ตระหนักรู้ (Awareness) หรือทำ

ให้ผู้บริโภครู้จักน้ำดื่มบรรจุลงในวงกว้าง เช่น ทำป้ายโฆษณาติดข้างรถทั้งสองข้างของรถจำหน่ายน้ำดื่ม เพื่อเป็นการตอกย้ำตราหือสำหรับผู้บริโภคที่รู้จักน้ำดื่มบรรจุอยู่แล้ว และเป็นการแนะนำน้ำดื่มบรรจุให้ผู้บริโภคที่ยังไม่รู้จัก

สำหรับในช่วงฤดูหนาว ซึ่งเป็นช่วงที่ขายน้ำดื่มบรรจุได้น้อยกว่าในช่วงฤดูร้อน จึงควรทำการส่งเสริมการขาย โดย ขายน้ำ 1 แพ็คแถมน้ำดื่ม 1 ถูง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคที่เคยซื้อเกิดการซื้อซ้ำ และเป็นการกระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุเร็วขึ้นสำหรับผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าคาดหวัง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved