

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษสามารถสรุปผลออกได้เป็น 4 ส่วน คือ

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.75 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.75 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.50 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 53.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.00 และมีลักษณะการอยู่อาศัย หอพัก/อพาร์ทเมนท์ คิดเป็นร้อยละ 47.00

##### ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

2.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ มีค่าเฉลี่ยรวม คิดเป็นร้อยละ 71.21 โดยมีความรู้ ความเข้าใจในระดับมากที่สุด คือ คุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสี รสชาติดี ปราศจากเชื้อโรคและมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 85.00 มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก คือ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค คิดเป็นร้อยละ 77.50 รองลงมาคือ คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ คิดเป็นร้อยละ 76.25 คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ขึ้นอยู่กับคุณภาพของน้ำดิบจากแหล่งน้ำต่างๆ เป็นสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 73.75 น้ำประปา และน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ มีคุณภาพมาตรฐานเหมือนกัน คิดเป็นร้อยละ 73.00 น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร คิดเป็นร้อยละ 70.50 น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และต้องแสดงเลข สารระบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง คือ เครื่องจำหน่ายฯ จะต้อง

ระบุ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน คำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาตรสุทธิ คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ควรติดตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ไว้กลางแจ้ง เพื่อให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 68.50 น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ เป็นอาหารควบคุมเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 68.00 บริเวณถาดรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิดตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 67.00 ราคาของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 66.25 สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม คิดเป็นร้อยละ 62.25 ตามลำดับ

2.2 ด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.96 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย คือ เครื่องจำหน่ายต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค มีค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือ คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ มีค่าเฉลี่ย 4.25 เครื่องจำหน่ายฯ จะต้องระบุ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน คำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาตรสุทธิ มีค่าเฉลี่ย 4.21 น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร มีค่าเฉลี่ย 4.12 น้ำประปา และน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ มีคุณภาพมาตรฐานเหมือนกัน มีค่าเฉลี่ย 4.10 คุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสีรสชาติดี ปราศจากเชื้อโรค และมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.09 ควรติดตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ไว้กลางแจ้งเพื่อให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.05 น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนคำรับอาหาร และต้องแสดงเลขสารบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.03 น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ เป็นอาหารควบคุมเฉพาะ มีค่าเฉลี่ย 4.00 คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ขึ้นอยู่กับคุณภาพของน้ำดิบจากแหล่งน้ำต่างๆ เป็นสำคัญ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ราคาของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.80 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ คือ บริเวณถาดรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิดตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.43 สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.36 ตามลำดับ

2.3 ด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้ากูดริงส์ คิดเป็นร้อยละ 48.75 ได้รับข้อมูลโดยเคยเห็นเครื่องจำหน่ายฯ ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 26.25 เหตุผลในการบริโภคเพราะหาซื้อง่าย คิดเป็นร้อยละ 33.50 โดยเคยซื้อระบบอาร์โอร่วมกับระบบยูวี คิดเป็นร้อยละ 62.50 ชอบระบบอาร์โอร่วมกับระบบยูวี คิดเป็นร้อยละ 28.75 เหตุผลที่ชอบระบบอาร์โอร่วมกับระบบยูวี เพราะ สะอาดบริสุทธิ์ คุณภาพดีกว่าระบบอื่น คิดเป็นร้อยละ 41.25 จำนวนครั้งในบริภคน้ำดื่มฯ 6-10 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 46.25 ปริมาณในการบริโภค 5-10 ลิตรต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 50.25 ค่าใช้จ่ายในการบริโภค 2.50-10.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.50 โดยซื้อน้ำดื่มฯ บริเวณ หอพัก คิดเป็นร้อยละ 37.75 ถ้าน้ำดื่มฯ มีรสชาติเปลี่ยนไปจากเดิม จะไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 43.75 ถ้าเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ให้ปริมาณน้อยกว่าทุกครั้งทั้งที่หยอดเหรียญเท่ากัน จะยังคงซื้อ คิดเป็นร้อยละ 39.75 ถ้าเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ไม่ได้ระบุวันเวลาการตรวจซ่อมบำรุงจากบริษัท จะไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 53.25 และในอนาคตจะซื้อน้ำดื่มฯ คิดเป็นร้อยละ 41.25

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยภาพรวมในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญตามลำดับคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.69 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.57

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของตราฯ มีค่าเฉลี่ย 3.76 เครื่องหมาย อย. รับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.70 คุณภาพของน้ำดื่มฯ มีค่าเฉลี่ย 3.67 ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ ความสะอาดของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ มีค่าเฉลี่ย 3.40

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.72 ราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.68 ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ ราคาที่ถูกกว่ายี่ห้ออื่น มีค่าเฉลี่ย 3.45

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.09 ความสะดวกหาซื้อได้ง่ายตามแหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.04 ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมที่ติดตั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.88 ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 3.47

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ การมีแผ่นพับใบปลิวโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.75 การแจกน้ำดื่มให้ทดลองดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.59 ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ การมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.48 การให้สะสมยอดขายการซื้อไว้รับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.47

### ตอนที่ 3 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1 จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย และเพศหญิง มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ และคุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสี รสชาติดี ปราศจากเชื้อโรคและมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ แต่เพศชาย มีความรู้ ความเข้าใจในระดับปานกลาง คือ เครื่องจำหน่ายฯ จะต้องระบุ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน ตำรับ หรือ เลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาตรสุทธิ , ควรติดตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ไว้กลางแจ้ง เพื่อให้สามารถมองเห็น ได้ชัดเจน , น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ เป็นอาหารควบคุมเฉพาะ , บริเวณถาดรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิด ตลอดเวลา และสถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม ส่วนเพศหญิงมีความรู้ ความเข้าใจในระดับปานกลาง คือ คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ , ราคาของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไป และสถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม ด้านความคิดเห็น พบว่าความคิดเห็น ทั้งเพศชาย และเพศหญิง โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.87 และ 4.06 ตามลำดับ โดยเห็นด้วย ว่า คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ และน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค ด้านพฤติกรรม พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของตรายี่ห้อ ด้านราคา ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน และความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมที่ติดตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด การมีแผ่นพับใบปลิวโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ

3.2 จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 15-24 ปี ,25-34 ปี และ44 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในระดับมากที่สุด คือ คุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสี รสชาติดี ปราศจากเชื้อโรคและมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ส่วนกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก คือ น้ำประปา และน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ มีคุณภาพมาตรฐานเหมือนกัน และคุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ ด้านความคิดเห็น พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มอายุ โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.86 ,4.14 ,3.97 และ 3.89 ตามลำดับ โดยเห็นด้วย ว่าน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค , คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ และเครื่องจำหน่ายฯ จะต้องระบุ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน คำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาณสุทธิ ด้านพฤติกรรม พบว่าในแต่ละกลุ่มอายุ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของตรายี่ห้อ ด้านราคา ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน และความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมที่ติดตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด การมีแผ่นพับใบปลิวโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ

3.3 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ม.ปลาย ,ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ขึ้นอยู่กับคุณภาพของน้ำดิบจากแหล่งน้ำต่างๆ เป็นสำคัญ ,คุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสี รสชาติดี ปราศจากเชื้อโรคและมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ส่วนระดับการศึกษานูปริญญาหรือเทียบเท่า มีความรู้ ความเข้าใจ คือ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค แต่ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ม.ปลาย มีความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อย คือ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนคำรับอาหาร และต้องแสดงเลข สารระบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์ ,น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร และเครื่องจำหน่ายฯ จะต้องระบุ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน คำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาณสุทธิ ด้านความคิดเห็น พบว่าความคิดเห็นของระดับการศึกษา โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.87 ,3.74 ,4.00 และ3.77

ตามลำดับ โดยเห็นด้วย ว่าน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค ,คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ และเครื่องจำหน่ายฯ จะต้องระบุ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน คำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาตรสุทธิ แต่มีความความคิดเห็นเฉยๆ ในเรื่อง บริเวณถาดรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิด ตลอดเวลา ,สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม ด้านพฤติกรรม พบว่าในแต่ละระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมาก ทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพน้ำดื่มฯ และความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของตราหือ ด้านราคา ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และป้ายแสดงราคา ที่ชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน และความสะดวกหาซื้อได้ง่ายตามแหล่งชุมชน และด้านการส่งเสริมการตลาด การมีแผ่นพับใบปลิวโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ

3.4 จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละอาชีพ ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในระดับมากที่สุด คือ คุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสี รสชาติดี ปราศจากเชื้อโรคและมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ,น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค และคุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ แต่มีความรู้ ความเข้าใจน้อย คือ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนคำรับอาหาร และต้องแสดงเลข สาระบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์ ,สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม , น้ำประปา และน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ มีคุณภาพมาตรฐานเหมือนกัน ด้านความคิดเห็น พบว่าความคิดเห็นของแต่ละอาชีพ โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.88 ,3.98 ,4.06 ,4.02 และ3.90 ตามลำดับ โดยเห็นด้วย ว่า น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค ,คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิต, เครื่องจำหน่ายฯ จะต้องระบุ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน คำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาตรสุทธิ และคุณสมบัติน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสี รสชาติดี ปราศจากเชื้อโรค และมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ แต่มีความความคิดเห็นเฉยๆ ในเรื่องสถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม และบริเวณถาดรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิด ตลอดเวลา ยกเว้นอาชีพพนักงานเอกชน ด้านพฤติกรรม พบว่าในแต่ละ

อาชีพ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ยกเว้นผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพของน้ำดื่มฯ , เครื่องหมาย อย. รับรองคุณภาพ และความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของตราหือ ด้านราคา ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน และความสะดวกหาซื้อได้ง่ายตามแหล่งชุมชน และด้านการส่งเสริมการตลาด การมีแผ่นพับใบปลิวโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ

3.5 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001-20,000 บาท และ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในระดับมากที่สุด คือคุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือสะอาด ไม่มีสี รสชาติดี ปราศจากเชื้อโรคและมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ส่วนรายได้ไม่เกินเท่ากับ 10,000 บาท มีความรู้ ความเข้าใจมาก คือน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค ,คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ และควรติดตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ไว้กลางแจ้ง เพื่อให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจน แต่มีความรู้ ความเข้าใจปานกลาง คือคุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ขึ้นอยู่กับคุณภาพของน้ำดิบจากแหล่งน้ำต่างๆ เป็นสำคัญ ,น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร,น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และต้องแสดงเลขสารบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์ ,น้ำประปา และน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ มีคุณภาพมาตรฐานเหมือนกัน ,บริเวณอาคารรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิด ตลอดเวลา ,เครื่องจำหน่ายฯ จะต้องมีระบบ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน ตำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาณสุทธิ ,ราคาของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไป ,น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ เป็นอาหารควบคุมเฉพาะ ,สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม ด้านความคิดเห็น พบว่าความคิดเห็นของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.91 4.10 และ 3.94 ตามลำดับ โดยเห็นด้วย ว่าคุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ และน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค แต่กลุ่มที่มีรายได้ไม่เกินเท่ากับ 10,000 บาท และ 20,000 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นเฉยๆ ในเรื่องสถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพ

ของน้ำดื่ม ด้านพฤติกรรม พบว่าในแต่ละระดับรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องหมาย อย. รับรองคุณภาพ และความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของตราชื้อ ด้านราคา ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน และความสะดวกหาซื้อได้ง่ายตามแหล่งชุมชน และด้านการส่งเสริมการตลาด การมีแผ่นพับใบปลิวโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบปัญหาคุณภาพของน้ำดื่มฯ ไม่ดี ราคาแพงกว่าชื้อหื้ออื่น มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ไม่มีการให้สะสมยอดการซื้อไว้รับส่วนลด และควรปรับปรุงสภาพของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญให้มีสีสันหลากหลาย เพื่อความสวยงามดึงดูดใจ

## 5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ได้ดังนี้

### 5.2.1 ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ

ความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความคิดและความเชื่อของแต่ละบุคคล โดยอาจถูกหรือผิดก็ได้ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ คิดเป็นร้อยละ 71.21 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เบญจวรรณ เปรมพงษ์ (2548) ที่พบว่า ประชาชนทั่วไปในฐานะผู้ใช้น้ำในเขตพื้นที่รับผิดชอบของการประปานครหลวง มีความรู้ ความเข้าใจในคุณภาพน้ำประปาดื่มได้อยู่ในระดับสูง และการศึกษาของ วรณี วุฒิวงศ์สัมพันธ์ (2541) พบว่า ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรน้ำและการใช้น้ำประปาอยู่ในระดับสูง และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ส่วนใหญ่ คือ คุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสี รสชาติดี ปราศจากเชื้อโรคและมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จักรกฤษณ์ คล้ายคลัง (2546) ที่พบว่า คุณภาพของน้ำดื่มที่ดีมีคุณสมบัติที่ใส สะอาด



รสดิจ และมิแร่ธาตุพอเหมาะตามมาตรฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในประเด็นนี้

### 5.2.2 ทักษะด้านความคิดเห็น

ความคิดเห็นเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงอารมณ์ ความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ มีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วย ส่วนใหญ่เห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย คือ เครื่องจำหน่ายต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค คุณภาพของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่ใช้ เครื่องจำหน่ายฯ จะต้องระบุ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน ตำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาตรสุทธิ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร น้ำประปา และน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ มีคุณภาพมาตรฐานเหมือนกัน น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และต้องแสดงเลขสารบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ เป็นอาหารควบคุมเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรนุช รัตนาก (2550) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยกับข้อมูลทางด้านฉลาก เช่น มีคำว่า “น้ำบริโภค” หรือ “น้ำดื่ม” กำกับอยู่ พิมพ์ที่ตั้งแหล่งผลิต มีปริมาตรการบรรจุกำกับ เครื่องหมาย อย. กำกับ มีเลขทะเบียนตำรับอาหารรับรองคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสีรสชาติดี ปราศจากเชื้อโรค และมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยกสิกรไทย (2542) พบว่าสิ่งผิดปกติที่ปนเปื้อนมากับน้ำดื่ม อาทิเช่น กลิ่น ตะกอน ซึ่งน้ำดื่มที่สะอาดโดยทั่วไปควรจะต้องมีลักษณะใส ไม่มีกลิ่น ไม่มีตะกอน มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพผ่านการฆ่าเชื้อโรคด้วยแสงอุลตราไวโอเล็ต และไอโซน นอกจากนี้ราคาของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มุกดา อารีย์ (2549) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับบริเวณที่ชื่อน้ำดื่มฯ มีความสะอาด และราคาของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ถูกกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไป

### 5.2.3 ทักษะด้านพฤติกรรม

เป็นความโน้มเอียงของพฤติกรรมที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นหรือความรู้สึกของแต่ละบุคคล จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักตราสินค้ากูดริงส์ ได้รับข้อมูลจากการเคยเห็นเครื่องจำหน่ายฯ ด้วยตนเอง เหตุผลในการบริโภคเพราะหาซื้อง่าย โดยเลือกระบบอาร์โอร่วมกับระบบยูวี และชอบระบบอาร์โอร่วมกับยูวี เหตุผลที่ชอบระบบดังกล่าวฯ เพราะ สะอาดบริสุทธิ์ คุณภาพดีกว่าระบบอื่น บริโภคน้ำดื่มฯ 6-10 ครั้งต่อสัปดาห์ ปริมาณในการบริโภค 5-10 ลิตรต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการบริโภค 2.50-10.00 บาท ชื่อน้ำดื่มฯ ในบริเวณ หอพัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มุกดา อารีย์ (2549) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยชื่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ที่ผ่านการฆ่าเชื้อในระบบอาร์โอ และชอบระบบอาร์โอและ ยูวีมากที่สุด สาเหตุที่ชอบระบบฆ่าเชื่อดังกล่าวฯ เพราะสะอาดบริสุทธิ์ คุณภาพดีกว่าระบบอื่น ค่าใช้จ่ายในการซื้อ 6-10 บาทต่อครั้ง สาเหตุหลักที่ซื้อเพราะหาซื้อง่าย สถานที่ที่ผู้บริโภคชื่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ คือ ร้านค้าใกล้บ้าน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะชัย ส่งวัฒนา (2544) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ จากการเคยเห็นตัวเครื่องจำหน่ายด้วยตนเอง โดยใช้บริการจากเครื่องที่ติดตั้งภายในอาคารที่พักอาศัย และมีความคิดว่าจะใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ต่อไป

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ สามารถสรุปข้อค้นพบได้ดังนี้

#### 5.3.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าคุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดี คือ สะอาด ไม่มีสี รสชาติดี ปราศจากเชื้อโรคและมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ แต่ยังคงเข้าใจระดับปานกลางในสถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม และบริเวณถาดรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิด ตลอดเวลา

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความรู้ ความเข้าใจในระดับที่แตกต่างกันดังนี้ ผู้ที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า และระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมาก ในเรื่องน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และต้องแสดงเลข ๗ ระบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ

ต้องผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร และเครื่องจำหน่ายฯ จะต้องระบุ ชื่อน้ำดื่ม เลขทะเบียน ตำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาณสุทธิ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ม.ปลาย มีความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อยในประเด็นดังกล่าว

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมากในเรื่อง น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และต้องแสดงเลขสารบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์ สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม น้ำประปาและน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ มีคุณภาพมาตรฐานไม่มีเหมือนกัน ส่วนผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจ ในระดับปานกลาง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อย ในประเด็นดังกล่าวฯ ส่วนผู้ที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อย ในเรื่องน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และต้องแสดงเลข สารบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์

### 5.3.2 ด้านความคิดเห็น

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นเฉยๆ ว่าบริเวณถาดรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิด ตลอดเวลา เมื่อจำแนกตามช่วงอายุ พบว่า ในแต่ละช่วงอายุ มีความคิดเห็นเฉยๆ ว่า สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม ยกเว้นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ที่เห็นด้วยกับประเด็นดังกล่าว

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ม.ปลาย และอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีความคิดเห็นเฉยๆ บริเวณถาดรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิด ตลอดเวลา สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม และเมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่ามีความคิดเห็นเฉยๆ ในประเด็นดังกล่าว ยกเว้น ผู้ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน และธุรกิจส่วนตัว

3. ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกินเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความคิดเห็นเฉยๆว่า สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน เห็นด้วยกับประเด็นดังกล่าว

### 5.3.3 ด้านพฤติกรรม

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลจากการเคยเห็นเครื่องจำหน่ายฯ ด้วยตนเอง เหตุผลในการบริโภคเพราะหาซื้อง่าย โดยเคยซื้อระบบบอาร์ทัวร์ร่วมกับระบบยูวี และชอบระบบบอาร์ทัวร์ร่วมกับยูวี เหตุผลที่ชอบระบบบอาร์ทัวร์ร่วมกับยูวี เพราะ สะอาดบริสุทธิ์ คุณภาพดีกว่าระบบอื่น บริโภคน้ำดื่มฯ 6-10 ครั้งต่อสัปดาห์ ปริมาณในการบริโภค 5-10 ลิตรต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการบริโภค 2.50-10.00 บาท โดยซื้อน้ำดื่มฯ ในบริเวณ หอพัก ถ้าน้ำดื่มฯ มีรสชาติเปลี่ยนไปจากเดิม จะไม่ซื้อ ถ้าเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ให้ปริมาณน้อยกว่าทุกครั้งทั้งที่หยอดเหรียญเท่ากัน จะยังคงซื้อ ถ้าน้ำดื่มฯ ไม่ได้ระบุวันเวลาการตรวจสอบบำรุงจากบริษัท จะไม่ซื้อ และในอนาคตจะซื้อน้ำดื่มฯ ต่อไป
2. ผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ สามารถเสนอแนะแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ดังนี้

#### 5.4.1 ข้อเสนอแนะต่อสำนักคณะกรรมการอาหารและยา

จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจระดับปานกลางสถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม บริเวณถาดรองน้ำและหัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิด ตลอดเวลา และความเข้าใจระดับน้อยน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และต้องแสดงเลข สารระบบอาหารบนฉลากของผลิตภัณฑ์ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ต้องผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร และเครื่องจำหน่ายฯ จะต้องระบุ ชื่อ น้ำดื่ม เลขทะเบียน ตำรับ หรือเลขที่อนุญาตอาหารที่ตั้งผู้ผลิต และปริมาณสุทธิ เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเฉยๆ ว่าบริเวณถาดรองน้ำและ หัวจ่ายน้ำของเครื่องจำหน่ายฯ ไม่จำเป็นต้องมีฝาปิดมิดชิด ตลอดเวลา สถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายฯ ไม่มีผลต่อคุณภาพของน้ำดื่ม ดังนั้นสำนักคณะกรรมการอาหารและยา เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมดูแลคุณภาพหรือมาตรฐานของน้ำบริโภคที่ผลิตจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ควรมีการดำเนินการที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม ในการ

ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายที่ถูกต้อง โดยอาจจะจัดทำข้อเสนอแนะ เผยแพร่แก่ประชาชน ผู้บริโภค เช่นแนะนำให้ผู้บริโภคควรหลีกเลี่ยงการเลือกซื้อจากเครื่องฯ ที่ แสงแดดส่องถึงหรืออยู่ริมถนนที่มีฝุ่นละอองมากสังเกตความสะอาดของเครื่องฯ และหวั่นใจว่า รวบรวมทั้งควรให้ความสำคัญกับผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพของน้ำดื่ม และการซ่อมบำรุง อีกทั้ง สร้างความตระหนักในความปลอดภัยก่อนการเลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ โดยเน้น เผยแพร่ข้อมูลบริเวณหอพักที่มีเครื่องจำหน่ายฯ ตั้งอยู่ เพราะผู้บริโภคเคยเห็นเครื่องจำหน่ายฯ ด้วย ตนเอง และเลือกซื้อบริเวณหอพักอาศัย ซึ่งเป็นสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รวมทั้งควร เพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับการบริโภคน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายให้ปลอดภัยในสถานศึกษาต่างๆ ทุก ระดับการศึกษา เพื่อเป็นสื่อกลางถ่ายทอดความรู้เหล่านั้น ไปสู่ครอบครัวของตนเองได้

นอกจากนี้ควรมีการพิจารณากำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของน้ำบริโภคที่ผลิตจากเครื่อง จำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญให้มีผลบังคับใช้ตามกฎหมายให้ชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันยังอ้างอิงมา จากตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 61) พ.ศ. 2524 เรื่อง น้ำบริโภคภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท มาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความปลอดภัยเท่านั้น เพื่อเป็นเครื่องมือให้กับเจ้าหน้าที่ในการ เฝ้าระวังความปลอดภัยของน้ำบริโภคที่ผลิตจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และสร้าง ความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และควรมีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจให้เห็นถึง ความสำคัญของความปลอดภัยของผู้บริโภค และมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบการบำรุงดูแล รักษาอุปกรณ์ต่างๆ เป็นไปตามเกณฑ์คุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภคอย่างสม่ำเสมอ และควรมี เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดดำเนินการตรวจสอบเฝ้าระวัง โดยสุ่มตัวอย่างน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่าย ภายในพื้นที่ เพื่อควบคุมกำกับมาตรฐานของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯต่อไป

#### 5.4.2 ข้อเสนอแนะต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากการที่เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯมีอายุการใช้งาน การตรวจสอบและการซ่อมบำรุง โดยเฉพาะ ใส่กรองจะต้องมีการเปลี่ยนเมื่อหมดอายุการใช้งาน ดังนั้นควรดำเนินการให้ผู้ประกอบการเครื่อง จำหน่ายน้ำดื่มฯ มีการทดสอบว่า น้ำที่ผลิตจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯของตุนั้น มีคุณภาพตามที่ ควรจะเป็นไปตามระบบการผลิตที่แสดงไว้หรือไม่ และได้มีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ

### 5.4.3 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

1. จากการศึกษาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่า ถ้าน้ำดื่มฯ มีรสชาติเปลี่ยนไปจากเดิม จะไม่ซื้อ ถ้าเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ไม่ได้ระบุวันเวลาการตรวจสอบบำรุงจากบริษัท จะไม่ซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องควบคุม ดูแลตั้งแต่ น้ำดิบ เครื่องกรอง อุปกรณ์เก็บน้ำ หัวจ่าย โดยมีการตรวจวิเคราะห์คุณภาพของน้ำดิบ เพื่อใช้ในการคัดเลือกแหล่งน้ำและออกแบบระบบการผลิตของเครื่องอย่างเหมาะสม หลีกเลี่ยงการติดตั้งเครื่องในที่ที่แสงแดดส่องถึง เพราะอาจทำให้เกิดตะไคร่น้ำที่หัวจ่ายและถังเก็บน้ำที่กรองแล้วในเครื่องได้ และหลีกเลี่ยงการติดตั้งเครื่องริมถนนที่มีฝุ่นละอองมาก มีการทำความสะอาดและบำรุงรักษาที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ

2. ควรจัดทำสติ๊กเกอร์ติดไว้ที่เครื่องฯ บันทึกข้อมูลการล้างทำความสะอาดและบำรุงรักษา ครั้งล่าสุดและครั้งต่อไปของผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งสามารถบอกได้ถึงความสม่ำเสมอและการเอาใจใส่ในการดูแลและบำรุงรักษาเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ มากน้อยเพียงใด

3. ควรมีการส่งตัวอย่างน้ำดื่ม ไปยังสาธารณสุขจังหวัดเพื่อตรวจคุณภาพตามมาตรฐานน้ำดื่มอย่างน้อยทุก 6 เดือน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค และทวนสอบระบบการผลิต โดยนำผลวิเคราะห์มาติดไว้ที่เครื่อง

4. ควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เรื่องความปลอดภัยของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ควรปรับปรุงสภาพของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ให้มีสีสันสวยงาม ดึงดูดใจ และควรมีการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักมากขึ้น โดยการแจกแผ่นพับใบปลิวโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ พร้อมกับการแจกน้ำดื่มให้ผู้ที่มาซื้อฟรี ในช่วงที่นำเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ มาติดตั้งครั้งแรก ๆ สถานที่นั้นๆ และให้มีการระดมยอดการซื้อเพื่อรับส่วนลด