

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคั้มเบียร์ของลูกค้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคั้มเบียร์แตกต่างกัน 2) พฤติกรรมการคั้มเบียร์ของลูกค้ำต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคั้มเบียร์แตกต่างกันแตกต่างกัน 3) ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการคั้มเบียร์ของลูกค้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้ำที่คั้มเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 384 คน โดยการใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ ค่าที่ (t-test) ค่าเอฟ (F-test) ค่าแอลเอสดี (LSD) และค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ลูกค้ำที่คั้มเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 อายุ 20 - 39 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 สถานภาพโสดจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 - 6 คน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1

2. ลูกค้ำที่คั้มเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่ คั้มเบียร์ 2 - 3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการคั้มเบียร์ ต่ำกว่า 300 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 ช่วงเวลาในการคั้มเบียร์ 18.01 - 24.00 น.จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 สถานที่ที่ไปคั้มเบียร์ คือร้านอาหาร จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 ยี่ห้อของเบียร์ที่ชอบคั้ม คือ เบียร์ลิโอบีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และเหตุที่ชอบคั้มเบียร์เพราะรสชาติดี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2

3. ลูกค้ำที่คั้มเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคั้มเบียร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

และด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมาในด้านผลิตภัณฑ์ และน้อยที่สุดในด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

4. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม สรุปว่า 1) เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และ 2) อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

4.1 ระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน

4.2 อาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

4.3 รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน

4.4 สถานภาพสมรสต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

5. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามพฤติกรรมการคิมเบียร์ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม สรุปว่า 1) ความถี่ในการคิมเบียร์ต่างกัน และยี่ห้อของเบียร์ที่ชอบคิมเบียร์ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และ 2) ค่าใช้จ่ายในการคิมเบียร์แต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการคิมเบียร์ สถานที่ที่ไปคิมเบียร์ และเหตุผลที่ชอบคิมเบียร์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

5.1 ความถี่ในการคิมเบียร์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคิมเบียร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

5.2 ค่าใช้จ่ายในการดื่มน้ำแต่ละครั้งต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่มน้ำ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านอาคารสถานที่ และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

5.3 ช่วงเวลาในการดื่มน้ำต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่มน้ำ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างกัน

5.4 สถานที่ที่ไปดื่มน้ำต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่มน้ำ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

5.5 ยี่ห้อของน้ำที่ดื่มน้ำต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่มน้ำ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

5.6 เหตุผลที่ชอบดื่มน้ำต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่มน้ำ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการดื่มน้ำของลูกค้ายุคใหม่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปว่า

6.1 เพศมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่มน้ำ ช่วงเวลาในการดื่มน้ำ สถานที่ที่ไปดื่มน้ำ ยี่ห้อของน้ำที่ดื่มน้ำ และเหตุผลที่ชอบดื่มน้ำ

6.2 อายุมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการดื่มน้ำแต่ละครั้ง และเหตุผลที่ชอบดื่มน้ำ

6.3 ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่มน้ำ ค่าใช้จ่ายในการดื่มน้ำแต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการดื่มน้ำ ยี่ห้อของน้ำที่ดื่มน้ำ และเหตุผลที่ชอบดื่มน้ำ

6.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่มน้ำ ช่วงเวลาในการดื่มน้ำ สถานที่ที่ไปดื่มน้ำ และเหตุผลที่ชอบดื่มน้ำ

6.5 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่มน้ำ ช่วงเวลาในการดื่มน้ำ ยี่ห้อของน้ำที่ดื่มน้ำ และเหตุผลที่ชอบดื่มน้ำ

6.6 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่มน้ำ และค่าใช้จ่ายในการดื่มน้ำแต่ละครั้ง

6.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับ ยี่ห้อของน้ำที่ดื่มน้ำ

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคีมเบียร์ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าที่คีมเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคีมเบียร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ 1) เบียร์เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบที่ผ่านกระบวนการหมักจากผลิตภัณฑ์พวกธัญพืช มีลักษณะแตกต่างกันไป ตามเครื่องปรุง และกรรมวิธีในการผลิตเบียร์ซึ่งแตกต่างกันตามสถานที่ ทำให้เบียร์มีหลายชนิด มีหลายรสชาติ (จรรยา พุสวัตต์, 2551 : 8) ให้ผู้คีมเลือก ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการคีมเบียร์ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่ เพราะรสชาติดี นอกจากนี้บริษัทผู้ผลิตเบียร์ในประเทศไทยมีผู้ผลิตเบียร์เป็นอุตสาหกรรมอยู่ 5 ราย ซึ่งผู้ผลิตเบียร์แต่ละบริษัทนั้นมีการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ตราสินค้าของตนเองอยู่เสมอ ทำให้ผู้คีมเกิดความเชื่อถือนในตราสินค้า มั่นใจในความสะอาดปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีวมาศ เปรมวิมล (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ที่มีต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก 2) เบียร์เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีราคาสมเหตุสมผล นอกจากนี้ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ยังสามารถหาซื้อได้ง่าย และเป็นที่รู้จักเนื่องจากการโฆษณาโดยการให้ความช่วยเหลือสังคมด้านต่าง ๆ หรือกิจการส่งเสริมการตลาดโดยลดราคา แจกสินค้า เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉราพร ชนะภัย (2546 : 4) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้บริโภคในอำเภอจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ราคา สถานที่ซื้อหาได้ง่าย การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์และการลดราคาในระดับมาก

2. พฤติกรรมของลูกค้าที่คีมเบียร์ ส่วนใหญ่ คีมเบียร์ 2-3 วันต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการคีมเบียร์ ต่ำกว่า 300 บาท คีมเบียร์ช่วงเวลา 18.01 - 24.00 น. สถานที่ที่ไปคีมเบียร์คือร้านอาหาร ปัจจุบันคีมเบียร์ลิโอ และเหตุที่ชอบคีมเบียร์เพราะรสชาติดี อาจเนื่องมาจาก หลังเลิกงานเลยหาเวลาพักผ่อนตามร้านอาหารสัก 2-3 วันต่อสัปดาห์ หรืออาจจะในวันหยุด เช่นวันศุกร์ เสาร์ และมีค่าใช้จ่ายที่ไม่มากนักเพราะอาจจะแชร์กับเพื่อนช่วยกันออก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชวัลรัตน์ จิตานุกูล (2549 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเบียร์ไทยตราสิงห์ของชายไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี พบว่า พบว่าส่วนใหญ่บริโภค 2-3 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาในการบริโภค 18.01-24.00 น. เหตุผลที่ชอบบริโภคเนื่องจากรสชาติดี และ

ตะวัน โตสวัสดิ์ (2550 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ดื่มเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดอ่างทอง พบว่า พฤติกรรมของผู้ดื่มเบียร์พบว่าส่วนใหญ่ ดื่มเบียร์ 2 - 3 วันต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการดื่ม ต่ำกว่า 300 บาทต่อครั้ง ดื่มช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. ดื่มเบียร์ที่ร้านอาหาร และเหตุผลที่ชอบดื่มเบียร์เพราะรสชาติดี

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่มเบียร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ พบว่า ลูกค้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกดื่มเบียร์ของลูกค้ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน ลูกค้ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกดื่มเบียร์ของลูกค้ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชีวมาศ เปรมวิมล (2549 : บทคัดย่อ) เรื่องการบริหารจัดการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ที่มีต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แตกต่างกัน

4. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่มเบียร์ จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้ พบว่า ลูกค้ที่ดื่มบ่อยแค่ไหน ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการดื่มเบียร์ต่างกัน สถานที่ไปดื่มเบียร์ ดื่มเบียร์ช่วงเวลาใด ชอบดื่มเบียร์ยี่ห้อดังกล่าว มีระดับการตัดสินใจเลือกดื่มเบียร์ของลูกค้ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน ลูกค้ที่มีปัจจุบันดื่มเบียร์ยี่ห้อใด ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกดื่มเบียร์ของลูกค้ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปริญ ลักขิตานนท์ (2544 : 3) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา และการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

5. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ที่ดื่มเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยากับพฤติกรรมของลูกค้ที่ดื่มเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่มเบียร์ ช่วงเวลาในการดื่มเบียร์ สถานที่ที่ไปดื่มเบียร์ ยี่ห้อของเบียร์ที่ชอบดื่ม และเหตุผลที่ชอบดื่มเบียร์ อายุมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการดื่มเบียร์แต่ละครั้ง และเหตุผล ที่ชอบดื่มเบียร์ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่มเบียร์ ค่าใช้จ่ายในการดื่มเบียร์แต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการดื่มเบียร์ ยี่ห้อของเบียร์ที่ชอบดื่ม และเหตุผลที่ชอบดื่มเบียร์ อาชีพมี

ความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่มเบียร์ ช่วงเวลาในการดื่มเบียร์ สถานที่ที่ไปดื่มเบียร์ และเหตุผลที่ ชอบดื่มเบียร์ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่มเบียร์ ช่วงเวลาในการดื่มเบียร์ ยี่ห้อ ของเบียร์ที่ชอบดื่ม และเหตุผลที่ชอบดื่มเบียร์ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการดื่ม เบียร์ และค่าใช้จ่ายในการดื่มเบียร์แต่ละครั้ง และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับ ยี่ห้อ ของเบียร์ที่ชอบดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชีวมาศ เปรมวิมล (2549 : บทคัดย่อ) เรื่องการ บริหารจัดการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ที่มีต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิถิ่นานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. การตัดสินใจเลือกดื่มเบียร์ของลูกค้า

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการปรับรสชาติของเบียร์ให้ถูกปากคนไทย และไม่มีรสชาติที่ เจ็มหรืออ่อนจนเกินไป

1.2 ด้านราคา ควรมีราคาที่เป็นมาตรฐานและมีราคาเหมาะสมเมื่อสั่งซื้อจำนวนที่เยอะ สามารถลดราคาสินค้าได้ถ้าชำระเป็นเงินสด

1.3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ควรมีป้ายแสดงสินค้าที่สามารถมองเห็นได้ง่ายหรือมีการ ตกแต่งสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและยังมีรูปแบบการบริการของชายที่รวดเร็วเพื่อดึงดูด

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็น การกระตุ้นยอดขายและยังทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าเยอะขึ้น โดยมีกิจกรรมกับทางร้านค้าหรือมีการลด ราคาและแจกสินค้าเพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้า

1.5 ด้านบุคลากร ควรมีผู้ชายควรแต่งตัวดูมีดชิค ไม่เปิดเผยมากจนเกินไป และมี มารยาทในการพูดจาด้วยน้ำเสียงที่สุภาพพร้อมจะให้บริการรวมทั้งรับออเดอร์และเสิร์ฟ

1.6 ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ควรมีการจัดโต๊ะและเก้าอี้ให้เหมาะสมเป็น ระเบียบด้วยบรรยากาศในร้านที่ไม่มีคืดและมีความสว่างเพียงพอที่จะมองเห็นอาหาร

1.7 ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีการบริการด้วยความรวดเร็วเมื่อสั่งอาหารและ เครื่องดื่มและและพร้อมที่จะรับออเดอร์สินค้าตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเรื่อง แนวโน้มทางการตลาดและกลยุทธ์ในอนาคตในการเลือกดื่ม เบียร์ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ควรมีการศึกษาเรื่อง ราคาของเครื่องดื่มน้ำที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา