

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด และการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา 2) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จำนวน 384 คน โดยการใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ ค่าที ค่าเอฟ ค่าแอลเอสดี และค่าไคสแควร์ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา สรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา สรุปว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 สถานภาพโสด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา สรุปว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีบรรจุภัณฑ์ของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ชอบซื้อเป็นขวดพลาสติกเพท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 มีขนาดของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ชอบซื้อ เป็นขวดขนาดเล็ก (500 - 600 มิลลิลิตร) จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ราคาของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ชอบซื้อ 5 - 10 บาท จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 จำนวนของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ซื้อแต่ละครั้ง 2 - 6 ขวด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด สัปดาห์ละ 1

- 2 ครั้ง จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 และสถานที่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดที่ซื้อบ่อยที่สุดที่ร้านค้า/โชวห่วย/มินิมาร์ท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6

3. ผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน

4. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยรวม สรุปว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน

5. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด โดยรวม สรุปว่า ชนิดของบรรจุภัณฑ์ ขนาดของน้ำดื่มบรรจุขวด ราคาของน้ำดื่มบรรจุขวด จำนวนของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ซื้อแต่ละครั้ง ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด สถานที่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ราคาของน้ำดื่มบรรจุขวด ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา สรุปว่า

6.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับ ชนิดของบรรจุภัณฑ์ ขนาดของน้ำดื่มบรรจุขวด จำนวนของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ซื้อแต่ละครั้ง ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด และสถานที่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด แต่เพศไม่มีความสัมพันธ์กับ ราคาของน้ำดื่มบรรจุขวด

6.2 อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ ชนิดของบรรจุภัณฑ์ ขนาดของน้ำดื่มบรรจุขวด ราคาของน้ำดื่มบรรจุขวด จำนวนของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ซื้อแต่ละครั้ง ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด และสถานที่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

อภิปรายผล

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน พิจารณาเป็นรายด้านดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก และเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้บริโภค ตัดสินใจเลือกชนิดของน้ำที่บรรจุในขวด เป็นสิ่งแรก ต่อมาจะเลือกจากยี่ห้อของน้ำดื่ม โดยพิจารณาจากการผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์น้ำบริโภค ซึ่งต้องผ่านกระบวนการผลิตที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเชื่อถือได้ จากนั้นเลือกจากขวดใส่น้ำดื่มที่สะอาด และปิดสนิท แต่เปิดง่ายดื่มสะดวก ซึ่งต้องออกแบบอย่างทันสมัย และสวยงาม ในขณะที่ขวดกันต้องมีหลายขนาดให้เลือกด้วย ซึ่งในปัจจุบันตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดมีการแข่งขันกันอย่างสูง ผู้ผลิตจึงต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ถูกค่าเกิดความพึงพอใจ และเลือกซื้อในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมหมาย พูลศรี (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในระดับมาก

1.2 ด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคพิจารณาจาก ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ ราคาที่ถูกกว่ายี่ห้ออื่น เมื่อซื้อจำนวนมากราคาต่อหน่วยถูกลงและเมื่อซื้อขนาดใหญ่ราคาต่อปริมาตรถูกกว่าขนาดเล็ก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมหมาย พูลศรี (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก มีความสำคัญในระดับมาก

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดได้จากหลายช่องทาง ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อทุกร้าน ห้างสรรพสินค้าทั่วไป ร้านโชห่วยทั่วไป ร้านอาหารทั่วไป หรือการบริการจัดส่งถึงบ้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จาริณี แซ่ว่อง (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชนในเขตอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ในการช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาด และความเป็นผู้นำในตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับตัว โดยการพัฒนาสินค้าและใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการทำการตลาดมากขึ้น การจัดทำโปรโมชั่นกระตุ้นการซื้อสินค้า ถือเป็นอีกกลยุทธ์ที่คาดว่าจะทำให้ผู้บริโภคมีการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดมากขึ้น เช่น การส่งเสริมส่วนเพื่อชิงรางวัล มีของแถม มีส่วนลด เป็นต้น และยังมีการมีกลยุทธ์ในการโฆษณาเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้า เช่น การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมและรักษาสีสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับยี่ห้อของตนเองอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมหมาย พูลศรี (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก มีความสำคัญในระดับมาก และ จาริณี แซ่ว่อง (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชนในเขตอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าโดยรวม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน จะมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคได้ มีทั้งคุณสมบัติที่แตะต้องได้ (Tangible product) และแตะต้องไม่ได้ (Intangible product) ส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ และความเชื่อถือในตราสินค้า (เอกชัย พันธุลี, 2553 : 12 - 14)

3. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ซึ่งโดยรวมพบว่า พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ได้แก่ ชนิดของบรรจุภัณฑ์ ขนาดของน้ำดื่มบรรจุขวด ราคาของน้ำดื่มบรรจุขวด จำนวนของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ซื้อแต่ละครั้ง ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด และสถานที่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ต่างกัน มี

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ราคาของน้ำดื่มบรรจุขวด ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็น และความต้องการของผู้บริโภคได้ มีทั้งคุณสมบัติที่แตะต้องได้ (Tangible product) และแตะต้องไม่ได้ (Intangible product) ส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ และความเชื่อถือในตราสินค้า (เอกชัย พันธุลี. 2553 : 12 - 14) ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการเลือกซื้อ เมื่อราคาเท่ากัน หรือเมื่อต้องซื้อบ่อย ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวด ควรให้ความสำคัญกับ การออกแบบขวดใส่น้ำดื่มให้ทันสมัย และสวยงาม เพราะรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัย มีความแตกต่าง (Product differential) จะทำให้น้ำดื่มบรรจุขวดมีความโดดเด่น และน่าสนใจมากขึ้นเมื่อวางจำหน่ายพร้อมกับเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ
2. ด้านราคา ผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวด ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาเมื่อซื้อขนาดใหญ่ราคาต่อปริมาตรถูกกว่าขนาดเล็ก ถึงแม้ว่า กรมการค้าภายใน ได้มีการควบคุมราคาน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใส (ขวด PET) ไว้ก็ตาม แต่เราก็สามารถกำหนดราคาในส่วนที่อยู่ในขอบเขตได้
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวด ควรให้ความสำคัญกับการบริการจัดส่งถึงบ้าน เพราะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวด ควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมส่งเสริมส่วนชิงรางวัล ควรมีการกำหนดรางวัลให้เป็นสิ่งมีมูลค่า หรือเป็นสิ่งที่กำลังเป็นที่นิยม ผู้บริโภคจะให้ความสนใจและเพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด เปรียบเทียบกับเครื่องดื่มทางเลือกอื่น ๆ ในตลาดเครื่องดื่มมีผลิตภัณฑ์หลากหลายที่สามารถทดแทนน้ำดื่มบรรจุขวดได้