

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ที่มาและความสำคัญของปัญหาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มาจากความต้องการที่จะศึกษาถึง ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดของบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าทำความสะอาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า ทำความสะอาดของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐาน

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีความสำคัญกับการส่งออกของประเทศไทย เนื่องจากเป็น ภาคการส่งออกที่มีศักยภาพและทำรายได้ให้กับประเทศปีละหลายแสนล้านบาท(ดูตัวเลขจากตารางที่ 1 : สินค้าส่งออกสำคัญของไทย) แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการด้านอาหารส่งออกของไทยที่ส่งออก ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่มไปต่างประเทศยังประสบปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้าอยู่เป็น จำนวนมากถึง 80% จากจำนวนผู้ส่งออกอาหารและยาไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในแต่ละเดือน(ดู จากตารางที่ 3 หรือ ภาพประกอบที่ 5) ซึ่งสาเหตุสำคัญของการถูกกักกัน ได้แก่ ปัญหาเรื่องคุณภาพ ด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่ตรวจพบ พบว่ามีปัญหาเรื่องของสิ่งสกปรก การปนเปื้อน และเชื้อ แบคทีเรีย ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการถูกกักกัน การส่งกลับของสินค้า และการลดมูลค่าของผลิต ภัณฑ์ สร้างความเสียหายให้แก่ผู้ประกอบการโดยตรง และผลเสียกับประเทศในทางอ้อม ดังนั้นผู้ ประกอบการจึงจำเป็นต้องเข้มงวดกวดขันในการควบคุมการผลิตสินค้าในทุก ๆ ขั้นตอน เพื่อรักษา มาตรฐานการผลิต และชื่อเสียงของโรงงาน ผู้ประกอบการต้องใส่ใจคุณภาพด้านความสะอาด และ พิถีพิถันในการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาใช้สนับสนุนคุณภาพดังกล่าวภายในโรงงาน

เนื่องจากเหตุผลข้างต้น การเลือกพิจารณาสินค้าทำความสะอาดและบริษัทผู้จำหน่ายของโรง งานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานจึงถือเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่ง

ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดระหว่างองค์กรธุรกิจ และพฤติ กรรมการซื้อสินค้าทำความสะอาดของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม นี้จึงมีวัตถุประสงค์ สำคัญในการศึกษา 3 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษารูปแบบ หรือกิจกรรมทางการตลาดของสินค้าประเภทความสะอาด จากฝ่ายบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าที่จำหน่ายสินค้าให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับ มาตรฐานในปัจจุบัน

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าสำหรับทำความสะอาดของโรงงาน