

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 204 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด 10,000 – 20,000 บาท มีสมาชิกในครอบครัวจำนวน 2 – 4 คน และมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก(บ้านเดี่ยว, ทาวน์เฮ้าส์, ตึกแถว) มากที่สุด

5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกิ่งสำเร็จรูป ของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปรุงอาหารรับประทานเองโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์จำนวน 1 – 5 มื้อ ปรุงอาหารเพื่อรับประทานเองในมือเย็น เห็นความสำคัญของคุณประโยชน์อาหารที่รับประทานในระดับมาก มีความต้องการรับประทานผักและธัญพืชมากกว่าปัจจุบัน ปัจจัยในการเลือกรับประทานอาหารกิ่งสำเร็จรูปหรืออาหารพร้อมปรุง ความสะอาด ถูกหลักอนามัย มีมาตรฐานการผลิต

5.1.3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป คิดว่าชนิดอาหารที่ผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูปสามารถผสมได้คือข้าวต้ม/โจ๊ก ประโยชน์ของ

ผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปคือ เพิ่มคุณค่าประโยชน์จากใยอาหาร และสารอาหารจากผักและ ธัญพืช อาหารมือที่เหมาะสำหรับการรับประทานผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูป คือ ทุกมือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในรับประทานผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปทุกสัปดาห์ และคิดว่าบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปควรจะเป็นซองฟลอยด์ที่บีบตามตัวอย่าง ราคาที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูป 1 ซอง คือ ซองละ 10 บาท สถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปได้ร้าน Modern Trade (ท็อปส์ รีมิง บิ๊กซี คาร์ฟู เทสโก้ แมคโคร) นอกจากนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปแน่นอน และจะแนะนำแน่นอนให้ผู้อื่นซื้อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูป

5.1.4 ข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

หลังจากได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พอใจกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูป โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในในระดับมาก ซึ่งคุณสมบัติที่ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจมากที่สุดได้แก่ ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มความสะดวกในการเตรียมและปรุงอาหารได้ รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีสีสันสดใสน่ารับประทาน และผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีระดับความคิดเห็นเท่ากัน ผลิตภัณฑ์สามารถผสมในอาหารได้อย่างเหมาะสมและลงตัว และผลิตภัณฑ์ผลิตจากบริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตระดับสูง และมีระบบน่าเชื่อถือ มีระดับความคิดเห็นเท่ากัน

5.1.5 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ การรับรองระบบ ISO , GMP , HACCP , HALAL ความสะดวกในการเตรียมและปรุง

อาหาร มีหลายสูตรให้เลือก เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง บริษัทผู้ผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่ บรรจุกัญท์สวยงาม และตราสินค้า

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย และราคาถูก

ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย และการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตาให้ผู้บริโภคเห็นเด่นชัด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ การจัดกิจกรรม ณ จุดขาย และผลิตภัณฑ์มีการลด แลก แจก แถม และปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ซื้อ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อวิทยุ

5.1.6 ข้อมูลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน ตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทผู้ผลิต การรับรองระบบ ISO , GMP , HACCP , HALAL ความสะอาดในการเตรียมและปรุงอาหาร การมีหลายสูตรให้เลือก การเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่ บรรจุกัญท์สวยงาม และความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน ตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทผู้ผลิต การรับรองระบบ ISO , GMP , HACCP , HALAL เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่ และบรรจุกัญท์สวยงาม ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่พบว่าปัจจัยย่อย ด้านความสะอาดในการเตรียมและปรุงอาหาร และมีหลายสูตรให้เลือก มีระดับความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน ตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทผู้ผลิต การรับรองระบบ ISO , GMP , HACCP , HALAL เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่

ใหม่ บรรจุภัณฑ์สวยงาม ความสะดวกในการเตรียมและปรุงอาหาร และมีหลายสูตรให้เลือก ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน ราคาถูก และความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน ราคาถูก และความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน ราคาถูก และความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน หาซื้อได้ง่าย และ การจัดเรียงที่เด่นสะดุดตาให้ผู้บริโภคเห็นเด่นชัด ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน หาซื้อได้ง่าย และ การจัดเรียงที่เด่นสะดุดตาให้ผู้บริโภคเห็นเด่นชัด ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน หาซื้อได้ง่าย ในระดับที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และด้านการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตาให้ผู้บริโภคเห็นเด่นชัด ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน การจัดกิจกรรม ณ จุดขาย พนักงานมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ซื้อ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อวิทยุ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ และผลิตภัณฑ์มีการลด แลก แจก แถม ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน การจัดกิจกรรม ณ จุดขาย พนักงานมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ซื้อ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อวิทยุ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ และผลิตภัณฑ์มีการลด แลก แจก แถม ในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ซื้อ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อวิทยุ และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และด้านการจัดกิจกรรม ณ จุดขาย พนักงานมีการ

นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ และผลิตภัณฑ์มีการลด แลก แจก แถม ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.1.7 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่พบปัญหาใดในการรับรู้และทดลองชิมผลิตภัณฑ์ ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูป และผู้ที่ตอบว่าพบปัญหาในการรับรู้และทดลองชิมผลิตภัณฑ์นั้น ปัญหาที่พบได้แก่ เกรงว่าคุณค่าสารอาหารบางชนิดจะลดลง รสชาติไม่อร่อยเท่าผักสดและธัญพืชปรุงเสร็จใหม่ และไม่มีความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการบริโภค

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังตาม แนวคิดส่วนประสมการตลาด ของ Philip Kotler (อคุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542) ประกอบด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่ตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่คุณต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งซึ่งจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ในการศึกษาครั้งนี้เราจะเน้นด้านผลิตภัณฑ์เป็นหลัก จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การรับรองระบบ ISO , GMP , HACCP , HALAL) ความสะดวกในการเตรียมและปรุงอาหาร มีหลายสูตรให้เลือก เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง บริษัทผู้ผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ บรรจุภัณฑ์สวยงาม และตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประยูร ญาสมุทร (2544) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคขนมกึ่งสำเร็จรูปของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์มีรสชาติให้เลือกหลายรสชาติ มีคุณภาพต่อประสาทสัมผัส (กลิ่น รส) รวมทั้งชื่อเสียงและตราผลิตภัณฑ์

ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของการบริการกับราคา (Price) ของบริการ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและ

ง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย และราคาถูก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประยูร ญาสมุทร (2544) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาไม่แพง เทียบกับเวลาในการปรุงและกะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีราคาถูกกว่าอาหารอื่นเมื่อเทียบด้านปริมาณ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels) จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ หาซื้อได้ง่าย และการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตาให้ผู้บริโภคเห็นเด่นชัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิวพร สิงห์สุข (2542) ที่ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม นิยมซื้อจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด สาเหตุที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อจากสถานที่ดังกล่าวเพราะสะดวกในการไปซื้อสินค้าอื่นๆ ด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงกิจกรรมที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการทำตลาดสายสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ พนักงานมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้น่าสนใจ การจัดกิจกรรม ณ จุดขาย และผลิตภัณฑ์มีการลด แลก แจก แถม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิวพร สิงห์สุข (2542) ที่ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการขายที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษมากที่สุดคือ การลดราคา และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วีรชัย วาสะศิริ (2544) ที่ศึกษาพฤติกรรมหลังจากการตัดสินใจซื้ออาหารพร้อมบริโภค ศึกษาเฉพาะกรณีอาหารบรรจุกระป๋อง ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการขายที่จะทำให้เกิดการซื้อสินค้าแบบซื้อซ้ำ คือการชิงโชคจับรางวัล ขายสินค้าเป็นแพ็คเกจพิเศษและมีของแถม

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ซื้อ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสาร และการโฆษณา

ประชาสัมพันธในสื่อวิทยุ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วีรัช วาสะสิริ (2544) ที่ศึกษาพฤติกรรมหลังจากการตัดสินใจซื้ออาหารพร้อมบริโภค ศึกษาเฉพาะกรณีอาหารบรรจุกระป๋อง ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการขายที่จะทำให้เกิดการซื้อสินค้าแบบซื้อซ้ำ คือการได้รับคำแนะนำจากเพื่อน และการได้เห็นโฆษณาสินค้าจากสื่อ เช่น โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์

5.3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

การศึกษาเรื่องความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยในการเลือกรับประทานอาหารกิ่งสำเร็จรูปหรืออาหารพร้อมปรุง คือ ความสะอาด ถูกหลักอนามัย มีมาตรฐานการผลิต บรรจุภัณฑ์น่าจะเป็นของพลอยด์ ทึบ ราคาที่เหมาะสมของ 1 ซอง (ปริมาณ 12 – 20 กรัม) คือ ซองละ 10 บาท เลือกซื้อได้คือ ร้าน Modern Trade (ท็อปส์ ริมปิง บิ๊กซี คาร์ฟู เทสโก้ แมคโคร)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ตราสินค้า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน ความสะดวกในการเตรียมและปรุงอาหาร และมีหลายสูตรให้เลือก มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอื่น ในระดับความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย และให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ราคาถูก โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านราคาถูกมากที่สุด

ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือ หาซื้อได้ง่าย และให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ การจัดเรียงที่เด่นสะดุดตาให้ผู้บริโภคเห็นเด่นชัด เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหาซื้อได้ง่ายมากที่สุดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอื่น ในระดับความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเฉลี่ยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พนักงานมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ และให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในสื่อวิทยุ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดกิจกรรม ณ จุดขาย และผลิตภัณฑ์ที่มีการลด แลก แจก แถม มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ซื้อ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อวิทยุ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอื่น ในระดับความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับมาพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูปให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสร้างความพอใจให้กับลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลให้มีการซื้อซ้ำและมีการแนะนำให้คนรู้จัก ได้ซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ผลิตต้องวางกลยุทธ์ในการวางตลาดที่เหมาะสม สอดคล้องกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า ตามข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยข้อเสนอแนะสามารถสรุปแยกเป็น 2 ส่วนได้ดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย และมาตรฐานการผลิตในระดับมาก รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะอาด สะดวกในการใช้งาน ควรพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมมากขึ้น มีรายละเอียดบ่งชี้ชัดเจนให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงความมั่นใจและความปลอดภัยในการบริโภคโดยสื่อผ่านเครื่องหมายมาตรฐานการผลิตที่ผู้ผลิตได้รับการรับรอง เช่น มาตรฐาน GMP HACCP ISO9001 ISO14000 HALAL การเป็นบริษัท ธรรมชาติเด่น การได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณอุตสาหกรรมดีเด่น เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใหญ่มากนักใช้เพียงครั้งเดียวโดยไม่ต้องเหลือเก็บไว้ และควรสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นสมควรว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้องคุ้มค่างับราคา แต่เนื่องจากปัจจัยด้านต้นทุนการผลิตทำให้ไม่สามารถยึดถือราคา 10 บาท ที่เป็นราคาที่คุณตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก แต่ควรแก้ไขโดยการปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับราคาที่เพิ่มขึ้น มีรายละเอียดสื่อถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คุณาเชื่อถือ และเกิดความมั่นใจในการบริโภค อีกทั้งควรสื่อถึงประโยชน์ใช้สอยที่มากขึ้นนอกเหนือจากการผสมกับข้าวสวย หรือข้าวต้ม เช่น การปรุงร่วมกับอาหารคาวหวานได้ทุกชนิด ไข่ตุ๋น สาหร่ายแช่แข็ง ข้าวต้มมัด หรือนำไปปรุงขนมเค้ก ขนมพายฝ้าย เป็นต้น ให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงคุณค่าที่ได้รับที่มากขึ้น

ด้านสถานที่จำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าการหาซื้อได้ง่าย มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป ดังนั้นควรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูปใน Modern Trade เช่น ท็อปส์ เดอะมอลล์ ริมปิง ร้านสะดวกซื้อ และ Modern Trade ทั่วไป เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้หาซื้อได้ง่ายและสะดวก การจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไปอาจกระทำได้น้อยเนื่องจากเป็นสินค้านวัตกรรม ต้องใช้พนักงานในการแนะนำสินค้า สร้างการรับรู้ และเรียนรู้การใช้สินค้า ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ซึ่งต้องใช้งบประมาณสูง อีกทั้งสถานที่จำหน่ายบางจุดอาจไม่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้นควรศึกษาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ลึกซึ้งกว่านี้ก่อนการตัดสินใจลงทุนในขั้นต่อไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าการจัดกิจกรรม ณ จุดขาย มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญคือ พนักงาน การจัดกิจกรรม ณ จุดขาย และการแจกของแถม ซึ่งเหมาะสมกับการส่งเสริมการตลาดสำหรับสินค้าที่เป็นนวัตกรรมด้านอาหาร ที่ต้องให้ความรู้ ความเข้าใจถึงประโยชน์และวิธีการนำไปใช้ ซึ่งควรเน้นด้านดังกล่าวสำหรับผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป โดยเฉพาะกิจกรรมการแนะนำผลิตภัณฑ์ การให้ชิม การทดลอง ณ จุดขาย เช่นการหุงข้าวสารผสมผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป หรือการผสมผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูปกับโจ๊กกิ่งสำเร็จรูป เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการควรจัดทำคู่มือเพื่อแสดงให้เห็นถึงการนำไปใช้ปรุงอาหาร ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ หรือประโยชน์จากผักและธัญพืชที่ได้รับเป็นสิ่งจำเป็นควบคู่ไปกับการ จัดกิจกรรม ณ จุดขาย

แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไม่พบปัญหาในการชิมผลิตภัณฑ์ผักรวม ออบแห้งถึงสำเร็จรูป แต่ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนเกรงว่าคุณค่าสารอาหารบางชนิดจะลดลง รสชาติไม่อร่อยเท่าผักสดและธัญพืชปรุงเสร็จใหม่ และไม่มี ความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการ บริโภค จึงควรนำข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้มาเป็นแนวทางในการสื่อสารไปยัง ผู้บริโภคต่อไป

นอกจากนี้ควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบของการสาธิตการปรุงอาหาร เชิงปฏิบัติการ โดยปรุงอาหารจากผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งถึงสำเร็จรูป อาจเชิญผู้เชี่ยวชาญการปรุง อาหารมาเป็นแขกสำคัญ และให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ร่วมด้วย

5.4.2 ข้อเสนอแนะในภาพรวมสำหรับบริษัท นิธิฟู๊ดส์ จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ ทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ ในงานแสดงสินค้า ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นภาพรวมของกลุ่ม ตัวอย่างที่ได้ หากต้องการได้ข้อมูลที่ละเอียดยิ่งขึ้นเพื่อนำไปปรับใช้กับแผนการตลาด หรือแผนกล ยุทธ์ด้านต่าง ๆ ควรศึกษาให้ลึกซึ้ง เช่น การศึกษาเพิ่มเติมแบบการใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างหรือ การระดมสมอง ตามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นต้น

บริษัทผู้ผลิตควรมีการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในฐานะผู้ผลิต ด้วยการ สร้างระบบให้เข้มแข็งขึ้น เช่น ทำระบบ ISO 18000 หรือบริษัทส่งผลงานเข้าประกวดในรายการ ต่างๆ เช่น การประกวดผลิตภัณฑ์นวัตกรรม เพื่อสร้างชื่อเสียงแก่บริษัทให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค ทั่วไป

ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ควรมีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยแผนกวิจัย และพัฒนาของบริษัท ให้มีคุณภาพสม่ำเสมอ มีการทำ R&D (Research & Development) เพื่อคิดค้น ผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภค หรือสูตรที่แปลกใหม่ให้ผู้บริโภคมีทางเลือก มากยิ่งขึ้น โดยอาจปรับสูตรให้เหมาะสมกับผู้บริโภคที่อายุ 41-50 ปี เนื่องจากพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี

อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้าน ความสะดวกในการเตรียมและปรุงอาหาร และมีหลายสูตรให้เลือก มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอื่น ในระดับความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพัฒนาสูตรให้สอดคล้องกับการปรุงข้าวต้ม หรือ โจ๊ก เนื่องจากเป็นอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกกว่าเป็นอาหารที่เหมาะสมกับการปรุงร่วมกับผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้ง กึ่งสำเร็จรูปมากที่สุด

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ปรุงอาหารเองในมือเย็น และเห็นว่าสามารถรับประทานผักรวมอบแห้งสำเร็จรูปได้ในทุกมื้อ ทางบริษัทควรศึกษาด้านการตลาดเพิ่มเติม พร้อมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สะดวกกับการปรุงอาหารในมือเช้าหรือลดระยะเวลาให้ผักกินตัวได้เร็วขึ้น เนื่องจากยังมีช่องว่างทางการตลาดอยู่สำหรับกิจกรรมการปรุงอาหารในมือเช้า

ด้านราคา

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยอมรับผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปในราคา 10 บาท ดังนั้นบริษัทควรทำการวิจัยและคิดค้นผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปในสูตรที่เหมาะสมสอดคล้องกับระดับราคาของกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ เช่นการใช้ต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำกว่าเดิม หรือปรับปริมาณ หรือขนาด ลดลงให้สอดคล้องกับระดับราคา

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการหาซื้อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูปได้ง่าย เป็นสิ่งสำคัญ นอกเหนือจากการที่บริษัทจะวางขายใน ท็อปส์ เดอะมอลล์ ริมปิง ร้านสะดวกซื้อ แล้ว บริษัทควรวางกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศ เพื่อความสะดวกในการหาซื้อของลูกค้ามากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการจัดกิจกรรม ณ จุดขาย มีอิทธิพลต่อการซื้อ บริษัทควรมีการจัดกิจกรรม ณ จุดขาย เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าตามงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ หรือการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ลด แลก แจก แถม ร่วมกับร้านค้า

นอกจากนั้นบริษัทควรจัดโครงการอบรมความรู้เกี่ยวกับบริษัท และผลิตภัณฑ์ และเทคนิคการนำเสนอสินค้า ให้แก่พนักงานผู้แนะนำสินค้า เพื่อให้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้น่าสนใจและสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค

ส่วนช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่ออื่นๆ เช่นวิทยุ ถือว่าเป็นสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เฉลี่ยในระดับที่น้อยที่สุด ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดช่องทางนี้ต้องพิจารณาให้รอบคอบก่อนตัดสินใจลงมือทำ เนื่องจากอาจการโฆษณาอาจไม่สื่อโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved