

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเรียลฟังก์ชันแนลริงก์
ตราเปปทีนในจังหวัดเพชรบุรี

Satisfaction of consumers to the Real functional
drink peptien in Phetchaburi Province.

ภูษิต วงศ์นันทโชติ*
ศุภมิตร โกวินธนพัฒน์*
นภนันท หอมสุด**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเรียลฟังก์ชันแนลริงก์
เปปทีนของผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรีจำนวน 400 คน
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคเปปทีนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ17-20ปี อยู่ในช่วงที่เป็นนักเรียนนักศึกษา มี
ความเห็นว่างปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อเปปทีนมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีคุณค่าทาง
สารอาหารสูง

คำสำคัญ: เรียลฟังก์ชันแนลริงก์เปปทีน, ผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรี

ABSTRACT

This research objective was to study the influence that affect the purchase of food
supplements, the real functional drink, peptien of consumers in Phetchaburi Province. The samples used
were 400 consumers in Phetchaburi, the tools was questionnaire, the statistics were frequency,
percentage, mean and standard deviation. The results found that consumers were mostly female, 17-
20 years-old, students. The main factors that affect most was the the productional factors by
the beautiful of package and the high nutrient values.

Keyword: Real functional drink, Phetchaburi Province.

บทนำ

ในชีวิตมนุษย์ของมนุษย์เรานี้มันต้องมีทุกสิ่งที่เป็นปัจจัยเกี่ยวพันกันอยู่อย่างสม่ำเสมอไม่มีใครที่สามารถที่จะ
ทำการยืนหยัดด้วยตัวเองอยู่ได้เพียงคนเดียวอีกเช่นเดียวกัน เฉกเช่นเดียวกับอาหารที่ต่างก็มีอยู่อย่างมากมาย
หลากหลายชนิดที่ต่างก็เป็นปัจจัยประกอบที่ส่งผลกระทบต่อเกี่ยวพันกันอยู่ต่างกันไป บวกกับโลกของเราในยุคปัจจุบันนี้
กระแสการดูแลสุขภาพกำลังเป็นที่นิยมกันในหมู่ของวัยรุ่น ก็เลยทำให้กระแสในเรื่องของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

* นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

กำลังมาแรงและเป็นที่ยอมรับอย่างมากอยู่ในขณะนี้ ด้วยเหตุนี้ก็เลยทำให้คนหันมาดูแลเอาใจใส่รักษาสุขภาพกันมากขึ้นนั่นเอง จึงทำให้การแข่งขันกันในตลาดของอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต่างๆ หรืออาหารบำรุงสมองนั้น ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก

โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับอาหารเพื่อสุขภาพในลักษณะของการบำรุงสมอง หรือ เรียลฟังก์ชันนัลดริงค์ ซึ่งก็มีอยู่อย่างมากมายหลากหลายชนิดเดียวกันซึ่งเป็นที่รู้จักกันในกลุ่มของผู้บริโภค อาทิ แบรินด์ รังนก โสม หรือ ซุปไก่สกัด เป็นต้น(คมชัดลึกออนไลน์, 2553) แต่ในที่นี้เราจะเอ่ยถึงในส่วนของผู้บริโภคที่ชื่อว่า เปปทีน ที่มีส่วนผสมของ Real Functional Drink มีเฉพาะในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของเปปทีนยี่ห้อเดียว ที่ได้จากถั่วเหลืองหรือที่รู้จักกันในรูปของโปรตีนบริสุทธิ์ที่นำมาจากถั่ว เท่านั้นที่เท่ากับว่าเป็นการช่วยสร้างความแตกต่างจากเครื่องดื่มในตราอื่น ๆ ที่จะทำให้เกิดเป็นจุดขายอีกจุดหนึ่งของเครื่องดื่มเปปทีนไปในตัวนั้นได้อีกด้วย นอกเหนือจากเรื่องของการโฆษณาสินค้าโดยปราศจากพรีเซ็นเตอร์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของคนหมู่มาก ด้วยภายใต้ความคิดที่ว่า การใช้พรีเซ็นเตอร์สำหรับโฆษณาสินค้าแสดงว่าสินค้านั้นไม่เป็นที่ยอมรับในท้องตลาดนั่นเอง เพื่อนำมาซึ่งการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่จะทำให้เกิดความผูกพันของลูกค้าให้สามารถกลับมาทำการบริโภคในครั้งต่อไปได้อีกด้วย (position magazine, 2553)

ดังนั้นจึงเกิดคำถามที่ว่า ทำไมยอดขายของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพถึงเติบโตกันได้อย่างรวดเร็วทั้งที่เพิ่งก้าวเข้ามาสู่ในท้องตลาด จนสามารถทำให้กลายเป็นที่ยอมรับในกลุ่มของผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก จนเกิดการนำหน้าในตัวของผู้บริโภคอื่นๆ ในหลายยี่ห้อไปแล้ว โดยที่เรามาพิจารณาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้เปปทีนเติบโตได้อย่างรวดเร็วทั้งที่เพิ่งก้าวเข้ามาสู่ในท้องตลาดและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เพื่อที่เราจะนำผลการศึกษานี้ไปทำการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเราให้มีความเจริญเติบโตเพื่อที่จะสามารถก้าวเข้าไปยึดส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากเป็นอันดับ 1 ในอนาคตอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีน ในจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีน ในจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เปปทีนที่ผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรีว่าผู้บริโภคจะได้รับสิ่งใดบ้าง
4. เพื่อศึกษาถึงอัตราการเจริญเติบโตทางการตลาดในจังหวัดเพชรบุรีของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีน ว่ามีแนวโน้มเจริญเติบโตไปในทิศทางใด

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ขึ้นเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงสมองเปปทีน หรือเรียลฟังก์ชันนัลดริงค์ ในจังหวัดเพชรบุรี ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้บริโภค โดยรูปแบบของงานวิจัยจะเป็นในรูปแบบของลักษณะงานเชิงสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่เคยบริโภคเครื่องดื่มเปปทีน ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเพชรบุรีจำนวน 400 คน ซึ่งเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก ระหว่างวันที่ 1 - 30 มิถุนายน 2554

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจได้มาจากการทำแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างของกลุ่ม ผู้ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีน ในจังหวัดเพชรบุรีจำนวน 400 ชุดเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างละเอียด ดังนี้

1.1 จัดทำแบบสอบถามและคำนวณกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

1.2 นำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง กับ กลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน (10% ของกลุ่มตัวอย่าง) เพื่อทดสอบความสมบูรณ์ของ และหาข้อบกพร่องของแบบสอบถาม หลังจากนั้นจึงปรับปรุงรวบรวมข้อมูลเก็บแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลใช้จริงต่อไป

1.3 เตรียมแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว 400 ชุด เพื่อนำไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคใน จังหวัดเพชรบุรี เพื่อเก็บข้อมูลต่อไป

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิได้มาจากการค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่ทำการคิดค้นผลิตภัณฑ์เปปทีน แพทย์ เภสัชกร โฆษก โทรทัศน์ โฆษณา นิตยสาร วารสารทางวิชาการ และผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นี้มาก่อน เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา

เมื่อผู้วิจัยสำรวจข้อมูลตามแบบแผนวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงแล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ไปตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาสำรวจความคิดเห็นและนำข้อมูลผ่านการตรวจสอบแล้วไปวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชากรแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่คือ เพศหญิง (ร้อยละ 80.8) เป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 81.1) มีรายได้ต่อเดือน 3,000-4,999 บาท (ร้อยละ 38.7) รู้จักเครื่องดื่มเปปทีนผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 44.7)

พบว่ากลุ่มตัวอย่างประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในแต่ละข้อ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับดีมาก เมื่อมีการจัดลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย พบว่าความคิดเห็นที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจมากที่สุดคือ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อของผู้บริโภคเนื่องจากรูปลักษณ์ที่หล่อสวยงามดึงดูดใจมากเท่าไรก็ยิ่งเป็นการช่วยเพิ่มโอกาสในการเลือกซื้อของผู้บริโภคได้เป็นอย่างมาก รองลงมาคือ คุณค่าทางสารอาหาร ปริมาณผลิตภัณฑ์ รสชาติผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายนั้นก็คือ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นปัจจัยชี้วัดในการเลือกซื้อ ยิ่งเปปทีนมีขนาดที่ง่ายต่อการพกพามากเท่าไร ยิ่งเป็นการช่วยให้เกิดการเลือกซื้อได้มากเท่านั้นเนื่องจากว่ารสนิยมผู้บริโภคสมัยนี้มักนิยมเลือกบริโภคสินค้าที่สามารถเลือกซื้อเลือกหาได้ง่าย และมีขนาดที่สะดวกต่อการพกพานั้นเอง

ปัจจัยด้านราคาเกี่ยวกับราคาในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายละเอียดปลีกย่อยพบว่าปัจจัยด้านในแต่ละข้อ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อในด้วยกันทั้งหมด หลังจากพิจารณาจัดลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุด คือ ราคาที่มีผลต่อการแข่งขัน เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์แบบเดียวกันกับตราอื่น รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมต่อคุณค่า สุดท้ายคือ ราคาที่มีความเหมาะสมต่อขนาด ที่เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนี้จะได้รับประโยชน์ที่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปหรือไม่ เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นแต่เป็นรูปแบบชนิดเดียวกัน

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่อย่างแพร่หลายเกี่ยวกับด้านสถานที่ในภาพรวมในการเลือกซื้อเลือกหาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาแยกย่อยเป็นรายข้อจะพบว่าปัจจัยด้านสถานที่ทุกข้อ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเลือกหาผลิตภัณฑ์เปปทีน ด้วยกันทั้งหมดทั้งสิ้น เมื่อมีการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความคิดเห็นที่สำคัญที่สุดของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คือ การครอบคลุมพื้นที่ของผลิตภัณฑ์ ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์สามารถเลือกซื้อเลือกหาจากแหล่งขายที่มีอยู่ตาม

ห้องตลาดได้อย่างง่ายดายทั่วประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นตามทางสรรพสินค้า ร้านค้าขนาดเล็ก หรือร้านโชห่วยเป็นต้น รองลงมาคือ สถานที่ในการขนส่งและเก็บรักษาที่จะสามารถทำให้คุณค่าทางผลิตภัณฑ์คงเดิมไว้ทั้งหมด เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือของสถานที่จัดจำหน่าย ที่จะไม่มีการนำสินค้าแปลกปลอมหรือสินค้าที่ไม่มีมาตรฐานมาทำการจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค สุดท้ายคือ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตามความต้องการที่ผู้บริโภคมีต่อตัวผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชากร พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในภาพรวมอยู่ในระดับเปอร์เซ็นต์ที่ค่อนข้างสูง จนสามารถสะท้อนความพึงพอใจของผู้บริโภคออกมาได้อย่างค่อนข้างที่จะมีความชัดเจน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการขายในแต่ละข้อจะพบว่า ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกหาผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในการเลือกใช้สินค้านั้นเราจะพบว่าสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากที่สุด นั่นก็คือ การจัดติวแอดมิชชั่นของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่เป็นเสมือนการสะท้อนคุณค่าทางผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับหลังจากการเลือกใช้ไปแล้ว จนนำไปสู่การเลือกซื้อเลือกหาในท้ายที่สุด ถัดมาก็คือ การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลสำคัญต่างๆ อาทิ เทศกาลกินเจ สามารถเลือกซื้อเลือกหาไปฝากแก่ผู้ที่ถือศีลกินเจได้เป็นอย่างดีด้วย เทศกาลปีใหม่ที่มีคนมักนิยมนำไปหามาไปจัดกระเช้าเป็นของฝาก หรือมอบแก่บุคคลที่เราให้ความสำคัญเคารพนับถือเนื่องในเทศกาลสำคัญ ส่วนสาม

ประเด็นสุดท้าย คือ การลดราคาผลิตภัณฑ์การให้ส่วนลดแก่ผู้ซื้อการส่งฉลากชิงโชค เพื่อเป็นการจูงใจแก่ผู้บริโภคที่มีความชื่นชอบในตัวผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและมีความต้องการที่จะกลับมาเลือกซื้อเลือกหาผลิตภัณฑ์ในอนาคตได้อีกด้วย โดยสืบเนื่องมาจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี

พบว่ากลุ่มตัวอย่างประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีนซึ่งความคิดเห็นส่วนใหญ่เกี่ยวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปทีน ในภาพรวมอยู่ในระดับน่าพึงพอใจเป็นอย่างมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเราจะพบว่า ปัจจัยที่ได้กล่าวไปในข้างต้นแล้วนั้น มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับเปอร์เซ็นต์ที่ค่อนข้างสูง เมื่อมีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยพบว่า อิทธิพลของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ การมุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น โครงการติวแอดมิชชั่น เพื่อเป็นการมุ่งเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และการสร้างความภักดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ของเราเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในกลุ่มช่วงอายุใดบ้าง มีจุดหมายที่ต้องการขยายต่อไปกลุ่มช่วงอายุใดต่อไปอีกด้วย ส่วนอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด คือ การสอบถามตัวแทนจำหน่ายก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นเพียงคนกลุ่มน้อยเท่านั้นที่จะมีการสอบถามตัวแทนจัดจำหน่ายก่อนการตัดสินใจซื้อเท่านั้น โดยผู้บริโภคมักจะนิยมสอบถามส่วนมากจะเป็นบรรดาร้านค้าโชห่วยร้านค้าขนาดเล็ก หรือห้างสรรพสินค้า แต่ถ้าในส่วนของผู้บริโภคนั้นจะไม่ค่อยให้ความสำคัญเท่าที่ควร

อภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Real functional drink เปปทีน พบว่าปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อผู้บริโภคเปปทีนในจังหวัดเพชรบุรีซึ่งสรุปผลข้างต้น อภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบเกี่ยวข้องกับการที่ผู้ที่นิยมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Real functional drink เปปทีนแตกต่างกันตามทัศนคติของแต่ละบุคคลจากการวิจัยพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นักเรียน นักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวรรณ มรรคานิเวศน์(2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษา วิทยาลัยการศึกษานักศึกษาคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีจำนวนมากกว่าตัวอย่างเพศชายคือร้อยละ 72.0 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในชั้นปีที่ 4 มากที่สุดคือร้อยละ 39 และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 47 มีรายรับส่วนบุคคลอยู่ระหว่าง 2,000-4,000 บาทต่อเดือน

2. ปัจจัยด้านการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Real functional drink เปปทีน ในจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างมาก พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับที่

พึงพอใจมาก ลำดับต่อมาคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย เป็นการค้นพบถึงความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการส่งเสริมการขายโดยสะท้อนออกมาจากผลการวิจัยที่ได้กล่าวไปในข้างต้น ในส่วนของด้านสถานที่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรับรู้ข้อมูลเปปหินผ่านการจัดโครงการทดสอบแอดมิตชันมากที่สุด จนนำไปสู่การซื้อผลิตภัณฑ์ในท้ายที่สุด และด้านราคาอย่างสุดท้ายที่จากงานวิจัยนั้นสะท้อนออกมาว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในส่วนของตัวผลิตภัณฑ์ แต่ยังมีความรู้สึกรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์มีราคาที่สูงอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ สุพัตรา ชาติบัญชาชัย (2549) ทำการศึกษาการใช้และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยพบว่า เหตุผลที่กลุ่มนักเรียนนักศึกษารับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคือ ความรู้ความเข้าใจในสรรพคุณผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.8

3. อิทธิพลของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปหินในจังหวัดเพชรบุรี ส่วนมากพบว่ากลุ่มตัวอย่างประชากรส่วนใหญ่ ที่มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปหินว่า ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปหินในภาพรวมอยู่ในระดับดีมากและเมื่อพิจารณาแยกย่อยเป็นรายข้อพบว่า อิทธิพลของผู้บริโภคที่มีผลกระทบท่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเปปหินในแต่ละข้อ ไม่ว่าจะเป็นการมุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เปปหิน เช่น โครงการทดสอบแอดมิตชัน เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อตัวสินค้าและที่ส่งผลกระทบต่อ การสอบถามตัวแทนจำหน่ายก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการนำเอาผลการวิจัยมาเป็นหนึ่งในแนวทางพัฒนา เพื่อทำการปรับปรุงรสชาติของผลิตภัณฑ์เปปหินให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้ามากที่สุด เพื่อเปปหินจะได้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากขึ้นอีกด้วย

2. ควรมีการปรับปรุงราคาของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับขนาดของผลิตภัณฑ์ ไม่สมควรตั้งราคาสูงจนเกินไป โดยควรยึดรูปแบบของการตั้งราคาจากสถานการณ์ ณ ช่วงเวลานั้น หรือ เป็นการนำเอาตราสินค้าอื่นมาทำการเปรียบเทียบเพื่อที่เราสามารถทำการตั้งราคาสินค้าออกมาได้อย่างเหมาะสม ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครบทุกกลุ่มนั่นเอง

3. ควรมีการทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆให้มีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ Internet วิทยุ หรือจะเป็นป้ายบิลบอร์ดต่าง เนื่องจาก ผลการวิจัยระบุว่า ผู้ที่นิยมบริโภคผลิตภัณฑ์นี้ส่วนมากอยู่ในช่วงอายุ 17-20 ปีเท่านั้น ซึ่งน่าจะมีการเข้าถึงช่วงกลุ่มอายุของผลิตภัณฑ์ให้มากกว่านี้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายมากขึ้น และสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้เป็นอันดับ1 ในเรื่องของอาหารเสริมสมองที่จะเป็นหนึ่งในปัจจุบันอีกด้วยที่อีกด้วยว่าสินค้าของเราได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอยู่ในเกณฑ์ดี

4. ควรมีการนำเอาผลการวิจัยมาพิจารณาว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคบ้าง และมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บ้าง เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์ของเราเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นไปอีกด้วย

5. ควรมีการนำผลการวิจัยของผลิตภัณฑ์เปปหินไปเผยแพร่ตามเวทีวิชาการ หรือ การประชุมสัมมนา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก และ ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีต่อเปปหินอีกด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อเป็นการที่จะทำให้เราสามารถทราบได้ว่าเราจะมีการปรับปรุงข้อบกพร่องในการทำงานวิจัยครั้งหน้านั้นว่ามีสิ่งใดที่เราต้องทำการปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้นไปอีกบ้าง
2. เพื่อเป็นการช่วยในการเปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ของเรากับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ในการนำเอาผลงานวิจัยนั้นมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงพฤติกรรม

เอกสารอ้างอิง

คมชัดลึกออนไลน์ 9 ตุลาคม 2553 บทความ. กองบรรณาธิการ. Positioning Magazine กุมภาพันธ์ 2553. <http://www.positioningmag.com>

สุชาติ โพธิ์อ่อง. (2550). แรงจูงใจในการประกอบ. อาชีพเสริมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต
สารสนเทศ เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

สุภาวรรณ มรรคานิเวศน์. (2549). ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริม
อาหารของ นักศึกษา ตรีศึกษา นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร

สุพัตรา ชาติบัญชาชัย. (2549). ผลวิจัยการใช้และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์