

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ผู้ศึกษาได้สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ นำเสนอเป็นลำดับ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การศึกษา
2. สมมติฐานการศึกษา
3. วิธีดำเนินการศึกษา
4. สรุปผลการศึกษา
5. อภิปรายผลการศึกษา
6. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ
3. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

สมมติฐานการศึกษา

1. ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อยู่ในระดับปานกลาง
2. ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อยู่ในระดับมาก

3. ปังจี้ส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

วิธีดำเนินการศึกษา

1. กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการรับรู้เกี่ยวกับปังจี้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ โดยทำการศึกษานี้เนื้อหา ดังนี้

1.1 ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยศึกษามาจาก วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 122 – 124)

1.2 การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อ โดยศึกษามาจาก นิตยาพร เสมอใจ (2550 : 32 - 37)

2. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านฉวีวรรณและร้านวิลาวัลย์เกตุ ซึ่งตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ เนื่องจากไม่มีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า

3. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ร้านฉวีวรรณ และร้านวิลาวัลย์เกตุ ซึ่งตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ โดยผู้ศึกษาใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ คัมเบิลยู.จี. คอชแรน (W. G. Cochran, 1953 อ้างใน วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ, 2553 : 140) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 246 คน ที่ค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ 0.05

4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อ

5. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ซึ่งมีรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

5.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก (Checklist) จำนวน 5 ข้อ

5.2 ตอนที่ 2 ข้อคำถามการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) 5 ระดับ จำนวน 26 ข้อ

5.3 ตอนที่ 3 ข้อคำถามการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) 5 ระดับ จำนวน 34 ข้อ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (แบบสอบถามตอนที่ 1) โดยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

6.2 การวิเคราะห์ข้อคำถามการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive

Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการศึกษา

6.3 การวิเคราะห์ข้อคำถามการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อโดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการศึกษา

6.4 การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทดสอบปัจจัยต่าง ๆ ว่ามีปัจจัยใดบ้าง ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ที่ทำให้แบบจำลองมีค่าการประมาณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นตรง แบบกำหนดตัวแปรเข้าไปในสมการทั้งหมด (Enter Method) ซึ่งเป็นวิธีทางสถิติที่แสดงค่าของตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ที่มีผลต่อตัวแปรตามอีกตัว เพื่อที่จะพยากรณ์ค่าตัวแปรตาม (Y) จำนวน 5 ตัว เมื่อทราบค่าต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระ (X) จำนวน 9 ตัว และนำผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นตรงไปตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และสมมติฐานข้อที่ 3 เพื่อแสดงว่า ตัวแปรอิสระ จำนวน 9 ปัจจัย มีผลต่อตัวแปรตาม 5 ปัจจัย เรียงลำดับจากปัจจัยที่มีค่ามากที่สุด ไปหาปัจจัยที่มีค่าน้อยที่สุด และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.5 นำผลการศึกษาเสนอตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยใช้ตารางวิเคราะห์ผล

สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ สามารถสรุปผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษา ผู้ศึกษาขอสรุปผลการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ร้านฉวีวรรณ และร้านวิลาวัลย์เภสัช ที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคอยู่ในวัยทำงาน และมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตลอดจนมีอาชีพเป็นเกษตรกรมากที่สุด รวมถึงเป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน

2. การรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค

ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ทั้ง 4 ด้านมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ หากเล็กรับประทานต้องไม่มีผลข้างเคียงต่อสุขภาพ รับประทานติดต่อกันเป็นเวลานานต้อง ไม่มีผลข้างเคียงต่อสุขภาพ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีฉลากระบุครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกบริโภคหลากหลายประเภท เทคโนโลยีกระบวนการผลิตทันสมัย ยี่ห้อ/ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่บริโภคแสดงผลตาที่ทันตาเห็น ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ มีป้ายบอกราคาชัดเจน ขนาดบรรจุต่างกัน ราคาต่างกัน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีราคาสูงกว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโอทีอป ราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันเพราะเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันเพราะตราสินค้ามีชื่อเสียงมาก ราคาต่อหน่วยไม่สูงมากแต่ต้องบริโภคเป็นเวลานานจึงจะแสดงผล และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น เพราะเป็นผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายรายใหม่ ตามลำดับ

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในเขตชุมชน สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกซื้อ จัดวางสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน การจัดเก็บสินค้าเหมาะสม และมีพนักงานคอยแนะนำสินค้า ตามลำดับ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ มีป้ายประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างชัดเจน มีการโฆษณาทางวิทยุ มีส่วนลดเป็นเงินสดเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปริมาณมาก มีการโปรโมชั่นประเภท ลด แลก แจก แถม เป็นประจำ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ก่อนตัดสินใจซื้อ และมีแผ่นพับแนะนำสินค้า ตามลำดับ

3. การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ข้อ และระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้

การประเมินภายหลังการซื้อ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปผลได้ดังนี้

3.1 ด้านการรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ข้อ และอยู่ในระดับน้อย จำนวน 1 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ท่านตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพเพราะต้องการให้ร่างกายมีสุขภาพดี ท่านคิดว่าการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะทำให้มีสุขภาพดีขึ้น ปัจจุบันท่านไม่มีเวลาดูแลสุขภาพตนเอง จำเป็นต้องรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพบางชนิดช่วยบรรเทาโรคได้ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพให้ความสะดวกสบายและมีคุณค่าทางโภชนาการ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเหมาะสมสำหรับผู้ป่วยหรือผู้มีปัญหาสุขภาพเท่านั้น ท่านรับประทานอาหารครบ 5 หมู่และมีปริมาณสารอาหารเพียงพอกับร่างกายในหนึ่งวันไม่จำเป็นต้องรับประทานเสริมใน 1 วัน ท่านรับประทานผักและผลไม้ 7-10 ส่วน โดยผัก 1 ส่วนคิดเป็นประมาณ 1 ทัพพี ส่วนผลไม้ 1 ส่วนคิดประมาณเป็นส้ม 1 ผล เป็นประจำทุกวัน ท่านได้รับกรดไขมันที่จำเป็นต่อร่างกาย 2 กลุ่ม คือ โอเมกา-6 และ โอเมกา-3 ที่มีในอาหารทะเลเพียงพอในแต่ละวัน และท่านรับประทานข้าวกล้องทุกวัน ตามลำดับ

3.2 ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ท่านสนใจมีเครื่องหมาย อย. และฉลากที่ระบุรายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนด ครบถ้วน ก่อนซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพทุกครั้ง ท่านต้องศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ประกอบการตัดสินใจทุกครั้ง ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ท่านศึกษาประโยชน์และโทษของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ท่านสนใจก่อนตัดสินใจซื้อ ท่านหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่สนใจจากผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์

และท่านทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากคำแนะนำของเภสัชกร ตัวแทนจำหน่ายตามลำดับ

3.3 ด้านการประเมินทางเลือก พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ท่านนำข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่สนใจมาประมวลผลเปรียบเทียบเพื่อหาความคุ้มค่าก่อนเลือกซื้อทุกครั้ง ท่านนำข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เลือกซื้อมาจัดลำดับวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสียทุกครั้ง ท่านเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่จะเลือกซื้อทุกครั้ง ท่านเปรียบเทียบราคากับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่จะเลือกซื้อทุกครั้ง และท่านเปรียบเทียบคุณสมบัติกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพประเภทเดียวกันกับตราอื่น ๆ ที่จะเลือกซื้อทุกครั้ง ตามลำดับ

3.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 7 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ท่านพอใจมากที่สุด ท่านให้ความสำคัญคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพมากกว่าด้านราคา ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพราะต้องการได้รับผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกันแต่ราคาถูกกว่า ท่านยินดีจ่ายแพงเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อดัง เพราะเชื่อในคุณภาพ ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพเพราะเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพเพราะญาติพี่น้อง เพื่อน แนะนำ และท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ได้ยินตรา ยี่ห้อผ่านสื่อโฆษณาเป็นประจำ ตามลำดับ

3.5 ด้านการประเมินภายหลังการซื้อ พบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ท่านพอใจกับผลที่

ได้รับจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพและต้องการบอกต่อ ท่านพอใจกับผลที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพและต้องการซื้อซ้ำ ท่านรู้สึกอาการป่วยบรรเทาลงหลังจากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ และท่านรู้สึกสุขภาพแข็งแรง ผิวพรรณดีขึ้นหลังจากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัย จำนวน 9 ด้าน ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ และนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง และสร้างสมการทำนายพยากรณ์ตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือ การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งตัวแปรอิสระ 9 ด้านสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

4.1 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) จำนวน 9 ตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Y) จำนวน 1 ตัว สรุปได้ ดังนี้ ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก (+) คือ มีค่าความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงผลทั้ง 9 ตัว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลิตภัณฑ์ ราคาช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยตัวแปรอิสระทั้ง 9 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระด้วยกัน พบว่า ตัวแปรอิสระ 9 ตัวแปร ไม่มีคู่ใดที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เกิน 0.85 โดยส่วนใหญ่จะมีตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระดับปานกลาง โดยตัวแปรอิสระคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ($X_{2,3}$) กับการส่งเสริมการตลาด ($X_{2,4}$) เท่ากับ 0.73

4.3 ผลการวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ โดยใช้การวิเคราะห์แบบกำหนดตัวแปรเข้าไปในสมการทั้งหมด พบว่า

4.3.1 ตัวแปรอิสระ (X) ทุกตัวที่นำมาศึกษาทั้งหมด มีความสัมพันธ์พหุคูณกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ (Y) เท่ากับ 0.84 ($R = 0.84$) แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 9 ตัวแปร รวมกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง คือ ร้อยละ 84

4.3.2 ตัวแปรอิสระ (X) ทุกตัวที่นำมาศึกษา มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง หรือการผันแปรกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ (Y) เท่ากับ 0.71 ($R \text{ square} = 0.71$) แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 9 ตัวแปร สามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ได้ร้อยละ 71

4.3.3 เมื่อปรับค่า R square แล้ว ตัวแปรอิสระ (X) ทั้ง 9 ตัวแปร ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือการผันแปรกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ (Y) เท่ากับ 0.70 ($\text{Adj. } R \text{ square} = 0.70$) แสดงว่า ตัวแปรอิสระ 9 ตัวแปร สามารถอธิบายการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬได้ ร้อยละ 70

4.3.4 การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ตัวแปร ซึ่งสามารถเรียงลำดับตัวแปรที่มีผลต่อการผันแปรในตัวแปรตามในแบบคะแนนดิบมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

4.3.4.1 ผลิตภัณฑ์ $X_{2,1}$ ($b = 2.12$)

4.3.4.2 ราคา $X_{2,2}$ ($b = 1.11$)

4.3.4.3 การส่งเสริมการตลาด $X_{2,4}$ ($b = 0.82$)

4.3.4.4 การศึกษา $X_{1,3}$ ($b = 0.77$)

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ (Y) มากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ ($X_{2,1}$) ราคา ($X_{2,2}$) การส่งเสริมการตลาด ($X_{2,4}$) และการศึกษา ($X_{1,3}$) นั่นคือ เมื่อผลิตภัณฑ์ ($X_{2,1}$) ราคา ($X_{2,2}$) การส่งเสริมการตลาด ($X_{2,4}$) และการศึกษา ($X_{1,3}$) มีการเปลี่ยนไป 1 หน่วย จะทำให้การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขต
อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ เปลี่ยนแปลงไป 2.12 1.11 0.82 และ 0.77 หน่วย
ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. สมมติฐานข้อที่ 1 : ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อยู่ใน
ระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มี
การรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ
สมมติฐานที่กำหนดไว้

สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31–35 ปี ซึ่งแสดง
ให้เห็นว่าผู้บริโภคอยู่ในวัยผู้ใหญ่ และมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จึงทำให้มี
ความสามารถในการประมวลผลและตีความข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ
สุขภาพ ที่ได้รับจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของตัวแทนจำหน่าย และฉลากของ
ผลิตภัณฑ์ต้องระบุข้อมูลต่าง ๆ ตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข โดยประกอบด้วย
ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ คือ ชื่ออาหาร ปริมาณ ส่วนประกอบสำคัญ วิธีใช้ คำแนะนำใน
การเก็บรักษา ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย และวันผลิตหรือวันหมดอายุ ข้อบังคับที่ต้อง
ระบุในฉลากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมทุกชนิด คือ ข้อความส่งเสริมการบริโภค ที่ผู้ผลิตต้องระบุ
ไว้เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดของผู้บริโภค และต้องระบุค่าเดือนไว้ด้วย ที่สำคัญที่สุดบน
ฉลากผลิตภัณฑ์ต้องมีเครื่องหมายอาหารและยา กำกับบนฉลากผลิตภัณฑ์

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการตลาดบริการ ของวงศ์พัฒนา
ศรีประเสริฐ (2552 : 122 -124) ที่กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปร
สำคัญทางการตลาด ที่ธุรกิจสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ โดยธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อสนอง
ความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หากเป็นตลาดสินค้าทั่วไป ธุรกิจควรใช้ส่วนประสมทาง
การตลาด 4P's ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย
(Place or Distribution Channel) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งส่วนประกอบทั้ง 4 ตัว
นี้ ทุกตัวล้วนมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่จะขึ้นอยู่กับตัวผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวาง
กลยุทธ์โดยเน้นหนักไปที่ P ไค และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พุทธิพร ดวงแก้ว (2547

: บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จะทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จากตัวแทนจำหน่าย โฆษณา พนักงานขาย อีกทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศศิวรรณ เตะขุนากร (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25-29 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี โดยได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์มาจากคนรู้จัก/เพื่อน และจากสื่อวิทยุ/โทรทัศน์

2. สมมติฐานข้อที่ 2 : ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้ถึงปัญหาด้านสุขภาพที่เกิดจากพฤติกรรมการบริโภค ประกอบกับปัญหาด้านสุขภาพในภาพรวมของประเทศไทย รวมทั้งกระแสบริโภคนิยมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่าง ๆ ทำให้มีการค้นหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ต้องการ มีการประเมินทางเลือกเพื่อเปรียบเทียบความคุ้มค่าก่อนเลือกซื้อ รวมถึงการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่พอใจมากที่สุด และมีการประเมินผลภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หากพอใจกับผลที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ๆ แล้วมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะมีการบอกต่อและต้องการซื้อซ้ำ

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ ของ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550 : 32 – 37) ที่กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของผู้ซื้อเริ่มต้นจากมีสิ่งเร้า (Stimulus) มากกระตุ้น (Stimulate) ความรู้สึกของผู้บริโภคทำให้รู้สึกถึงความต้องการ จนต้องทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะสามารถตอบสนองความต้องการ เพื่อทำการตัดสินใจซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้ออันเป็นการตอบสนอง (Response) ในที่สุด ซึ่งกระบวนการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลภายหลังการซื้อ และสอดคล้องกับผลการศึกษา

ของ เพอร์ สมหมาย (2546 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมเพื่อสุขภาพด้วยการคล้อยตามผู้อื่นและด้วยความเข้าใจ โดยพิจารณาจากการที่ผู้ร่วมตัดสินใจคือ เพื่อน ๆ และมีการพิจารณาข้อมูลจากผู้จำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่น่าสนใจ

3. สมมติฐานข้อที่ 3 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษาทั้ง 9 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง คือ ร้อยละ 84 ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ($X_{2,1}$) ราคา ($X_{2,2}$) การส่งเสริมการตลาด ($X_{2,4}$) และปัจจัยอื่นคือ ด้านการศึกษา ($X_{1,3}$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะปัจจุบันตลาดมีผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายเดิมและรายย่อยใหม่ ๆ หลากหลายชนิดให้ผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่หันมาใส่ใจในสุขภาพและอนามัยได้เลือกบริโภค ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ที่มีระดับการศึกษาพอสมควร คือ มัธยมศึกษาตอนต้น และเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในลักษณะของส่วนประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในที่นี่หมายถึงผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาเน้นหนักในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหนือกว่าในเชิงการแข่งขัน เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและอยู่รอดของธุรกิจในตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ของ ฮคูลย์ จาตุรงค์กุล (2542 : 113 – 130) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนใหญ่คล้ายคลึงกันคือ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัย

ทางจิตวิทยา และปัจจัยส่วนบุคคล แต่จะเพิ่มเติมอีก 2 ปัจจัย คือ อิทธิพลของปัจจัยทางสถานการณ์ ประกอบด้วยสภาวะต่าง ๆ คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่นักการตลาดควบคุมได้ กับสิ่งแวดล้อมช่วงเวลาที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภค ภาระงานในการซื้อ รวมถึงจุดมุ่งหมายในการตัดสินใจซื้อ สภาวะทางอารมณ์ และอิทธิพลทางการตลาด โดยประกอบกันขึ้น จากการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการในลักษณะของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีรูปแบบไม่คงที่และพร้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค ของ นราทิพย์ ชูติวงศ์ (2540 : 104) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะทำการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในขณะใดขณะหนึ่ง ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น รสนิยมของผู้บริโภคในสังคม ระดับรายได้ของผู้บริโภค จำนวนประชากร ราคาของสินค้าชนิดนั้น ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องและปัจจัยอื่น ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ของ ณรงค์ ศรีโยธิน (2550 : บทคัดย่อ) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาที่ค้นพบ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาใน 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับการนำผลการศึกษาไปใช้ และประเด็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารั้งต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

ผู้ศึกษาได้นำผลการศึกษาบางประการเพื่อเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า มีการรับรู้ในประเด็นสำคัญ ซึ่ง

ผู้ประกอบการควรมานำมาพิจารณาในการวางแผนงาน เพื่อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1.1.1 ด้านราคา

1.1.1.1 ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเพราะเป็นผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายรายใหม่ แต่ผู้บริโภคบางกลุ่มยังติดอยู่กับชื่อเสียงของตรายี่ห้อ ที่เชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ควรสร้างชื่อเสียงของตราในด้านต่าง ๆ เช่น มาตรฐานของตัวสินค้า มาตรฐานการผลิต เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

1.1.1.2 ราคาต่อหน่วยไม่สูงมากแต่ต้องบริโภคเป็นเวลานานจึงเห็นผล ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงเรื่องของมาตรฐานการผลิต อาจลดขนาดบรรจุลงแต่เพิ่มความเข้มข้นของผลิตภัณฑ์ และพิจารณาดังราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

1.1.1.3 ราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันเพราะตราสินค้ามีชื่อเสียงมาก เนื่องจากปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้มาตรฐานเกิดขึ้นหลากหลาย ผู้ประกอบการเดิมจึงควรพิจารณาดังราคาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับคุณภาพ และสอดคล้องกับคู่แข่งทางการตลาด

1.1.2 ด้านผลิตภัณฑ์

1.1.2.1 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่บริโภคแสดงผลตามที่ท่านคาดหวัง การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง และฉลากของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต้องมีข้อมูลต่าง ๆ ตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่สำคัญห้ามกล่าวอ้างสรรพคุณในการป้องกันและรักษาโรคใด ๆ

1.1.2.2 ยี่ห้อ / ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง ผู้ประกอบการรายใหม่ควรสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ส่วนการรักษามาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก็เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อรักษาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเดิมและสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้ากลุ่มใหม่

1.1.2.3 เทคโนโลยีกระบวนการผลิตทันสมัย เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรนำมาพิจารณา เนื่องจากมาตรฐานการผลิต เริ่มมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริโภค ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

1.1.2.4 มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกบริโภคหลากหลายประเภท ผู้ประกอบการอาจต้องพิจารณาผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

1.2 การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค พบว่า มีการรับรู้ในประเด็นสำคัญ ซึ่งผู้ประกอบการควรนำมาพิจารณาในการวางแผนงาน เพื่อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1.2.1 ด้านการรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ

1.2.1.1 ผู้บริโภครับประทานข้าวกล้องทุกวันน้อยมาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการรณรงค์ให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคข้าวกล้องและสุขภาพที่ขจรประเภทไม่ผ่านการขัดสี แทนการรับประทานข้าวขาว ให้มากขึ้น

1.2.1.2 ผู้บริโภคไม่ได้รับกรดไขมันที่จำเป็นต่อร่างกาย 2 กลุ่ม คือ โอเมกา-6 และ โอเมกา-3 ที่มีในอาหารทะเลเพียงพอในแต่ละวัน ปริมาณบริโภคที่จำเป็นต่อร่างกายสำหรับผู้ใหญ่คือ โอเมกา-3 และ โอเมกา-6 1.5 กรัมต่อวันและควรได้รับอัตราที่สมดุลกัน คือ 1 : 1 หรือ 1 : 4 คือ โอเมกา-6 1 ส่วน ต่อ โอเมกา-3 4 ส่วน หากได้รับในอัตราที่ไม่สมดุลหรือน้อยเกินไป จะทำให้เสี่ยงกับการเกิดของโรคร้ายได้ เช่น มะเร็ง แก้วเร็ว ไขมัน อักเสบ โรคหัวใจ หอบหืด โรคสมองเสื่อม เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงคุณประโยชน์และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นให้ผู้บริโภคทราบ

1.2.1.3 ใน 1 วัน มีผู้บริโภครับประทานผักและผลไม้ 7-10 ส่วน โดยผัก 1 ส่วนคิดเป็นประมาณ 1 ทัพพี ส่วนผลไม้ 1 ส่วนคิดประมาณเป็นส้ม 1 ผล เป็นประจำ น้อย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับ จากการได้รับวิตามิน แร่ธาตุ และพฤกษเคมีเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย เพื่อให้ระบบภูมิคุ้มกันและระบบประสาททำงาน ได้อย่างปกติ

1.2.1.4 ผู้บริโภคที่รับประทานอาหารครบ 5 หมู่และมีปริมาณสารอาหารเพียงพอกับร่างกายในหนึ่งวันยังมีจำนวนน้อย อาจจำเป็นต้องพิจารณาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

1.2.1.5 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเหมาะสำหรับผู้ป่วยหรือผู้มีปัญหาสุขภาพเท่านั้น ซึ่งเป็นความเชื่อที่ผิด เพราะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเหมาะสำหรับบุคคลทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะผู้อยู่ในกลุ่มเสี่ยงต่อการขาดวิตามินและแร่ธาตุ เช่น ผู้ที่ลดน้ำหนัก ผู้กินมังสวิรัต เล็ก ๆ ที่กินอาหารยาก ผู้ที่อยู่ในภาวะเครียด เป็นต้น จะเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด

1.2.2 ด้านการตัดสินใจซื้อ

1.2.2.1 ผู้บริโภคไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ได้ยินตรา ยี่ห้อผ่านสื่อโฆษณาเป็นประจำ ดังนั้นผู้ประกอบการ จึงควรพิจารณาลดความถี่ในเรื่องของสื่อประชาสัมพันธ์ แต่น่าจะเน้นในเรื่องของคุณภาพ และเนื้อหาที่ต้องการสื่อให้

ผู้บริโภครับรู้ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

1.2.2.2 ผู้บริโภคไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะญาติ พี่น้อง เพื่อนแนะนำ แต่ผู้บริโภคมีการค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อมากขึ้น

1.2.2.3 ผู้บริโภคไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ แต่ผู้บริโภคได้มีการนำข้อมูลของผลิตภัณฑ์ และราคามาเปรียบเทียบเพื่อหาความคุ้มค่าก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคพอใจ

1.2.2.4 ผู้บริโภคไม่ยอมจ่ายแพง เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อดัง เพราะผู้บริโภคมีการค้นหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

1.2.3 ด้านการประเมินทางเลือก

1.2.3.1 ผู้บริโภคมีการเปรียบเทียบคุณสมบัติกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพประเภทเดียวกันกับตรายี่ห้อ อื่น ๆ ที่จะเลือกซื้อทุกครั้งน้อยมาก อาจเพราะไม่มีผลิตภัณฑ์ให้เลือก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้า จึงอาจพิจารณาในการเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น

1.2.3.2 ผู้บริโภคอาจไม่มีการเปรียบเทียบราคากับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่จะเลือกซื้อทุกครั้ง เพราะผลิตภัณฑ์ได้ตั้งราคาสุทธิไว้แล้ว ดังนั้นผู้ประกอบการ จึงควรพิจารณาตั้งราคาผลิตภัณฑ์ ให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ

1.2.3.3 ผู้บริโภคอาจไม่มีการเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่จะเลือกซื้อทุกครั้ง เพราะการตัดสินใจบริโภคอาจเลือกตามความพอใจอยากทดลอง ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้า จึงควรพิจารณาเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะบางประการที่สามารถนำไปเพื่อเป็นประโยชน์ด้านข้อมูลในการทำการศึกษารุ่นต่อไป

2.1 ควรศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา อย่างละเอียด เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพอย่างเหมาะสม และเกิดความได้ในเปรียบเชิงแข่งขันต่อธุรกิจ

2.2 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพน้อยที่สุดคือ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินทางเลือก ควรมีการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในประเด็นดังกล่าว เพื่อจะได้ทราบถึงระดับการรับรู้ของผู้บริโภคว่าอยู่ในระดับใด แล้วหากกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อเจาะตลาดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

