

การตลาดผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ

ในระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์เชิงการค้าของไทย¹

รุจิรัตน์ พัฒนถาบุตร² อภิญญา ศิริมุกดากุล³ พรชนก วรฉัตร⁴ และ เกศวดี จันไชย⁵

การวิจัยเชิงประยุกต์ ลักษณะวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์เชิงพรรณานี้ เป็นกรณีศึกษาการตลาดผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพของสหกรณ์การเกษตรโนนหัวช้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดสกลนคร

ในระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000- 20,000 บาท มีพฤติกรรมการบริโภคโดยตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ครอบครัว/ญาติเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อ นิยมเลือกซื้อและบริโภคเครื่องดื่มน้ำผลไม้พร้อมดื่มสำเร็จรูปแบบขวดแก้วขนาด 300 ซีซี ซื้อครั้งละ 3 ขวด และนิยมซื้อเพื่อเป็นของฝาก คำนึงถึงเหตุผลทางคุณประโยชน์เป็นสำคัญ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดปานกลาง ผู้บริโภคที่มีเพศและรายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และพบประเด็นความต้องการของผู้บริโภค เกี่ยวกับการระบุคุณค่าทางโภชนาการ ภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นของฝาก การกำหนดราคาแบบชุด การมีผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม และการมีผลิตภัณฑ์ขายในร้านสะดวกซื้อ ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เดิม พบว่ามีความต้องการของตลาดและสามารถจำหน่ายผ่านการออกงานแสดงสินค้าในจังหวัดสกลนคร จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานีได้เป็นอย่างดี มีระยะเวลาโครงการ 5 ปี ใช้เงินทุนทั้งหมด 700,000 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ 3 ปี 1 เดือน 21 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 488,686.65 บาท และได้อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 27.92 ซึ่งให้ความคุ้มค่าและมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ในระดับผลิตภัณฑ์เชิงการค้าของไทย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-15,000 บาท มีพฤติกรรมการบริโภคโดยเป็นผู้ตัดสินใจ เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค และซื้อไปบริโภคด้วยตนเอง ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์โอท็อปเครื่องดื่มน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% มีช่วงเวลาและความถี่ในการบริโภคไม่แน่นอน ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารจากงานแสดงสินค้าหรืองานเทศกาล คำนึงถึงการดื่มเพื่อสุขภาพ เหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์การเกษตรโนนหัวช้างด้วยเหตุผลด้านคุณประโยชน์และยี่ห้อเป็นที่รู้จัก และยังนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่ไม่ระบุตราสินค้าหรือระบุตราสินค้าอื่นที่เป็นที่รู้จักอีกด้วย ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 20-60 บาท และพบประเด็นความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ควรใช้สีคงเดิมคือสีม่วงจากธรรมชาติ ยอมรับการตกตะกอนได้ รสชาติควรเพิ่มความหวาน คงความเค็ม กลิ่นคงเดิม และมีขนาด 300 ซีซี ด้านบรรจุภัณฑ์ควรใช้ขวดแก้วแบบฝาที่สามารถเปิดปิดซ้ำได้ ใส่ในกล่องกระดาษ ขนาดบรรจุ 2 ชั้น ต่อ 1 กล่อง สะดวกในการเก็บ แสดงข้อมูลคุณค่าโภชนาการ และมีตราสินค้าและภาพลักษณ์สากล ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในระดับนี้ พบว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เดิมไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน สำหรับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุ

¹ งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจาก โครงการส่งเสริมการวิจัยในอุดมศึกษาและการพัฒนามหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

เป็นการวิจัยภายใต้คลังสเต็มเซลล์วิจัยสินค้าอาหารและอาหารเข้าเพื่อสุขภาพ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² หัวหน้าโครงการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์และอาจารย์ประจำ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น email: pruchi@kku.ac.th

³⁻⁵ ผู้ช่วยนักวิจัย นักศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ภักดิ์นั้นมีความต้องการของตลาด ได้รับความสนใจสั่งซื้อจากร้านค้าปลีกระดับจังหวัดและร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัด สกลนคร จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี มีระยะเวลาโครงการ 5 ปี ใช้เงินทุนทั้งหมด 1,800,000 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ 3 ปี 11 เดือน 2 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 649,135.01 บาท และได้อัตรา ผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 18.96 ซึ่งให้ความคุ้มค่าและมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ภาพถ่ายตัวอย่างของการวิจัยการตลาดผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ ในระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์เชิงการค้าของไทย

