

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 1-6

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2.1 พฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สถานที่ ความถี่ ลักษณะการชื้อ ประเภทสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจชื้อ และบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจชื้อ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 7 - 20

2.2 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 21 - 25

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 26 - 34

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 35 - 43

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 44 - 52

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 53 - 61

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	100	50.00
หญิง	100	50.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิง เท่ากันร้อยละ 50.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	29	14.50
21 – 30 ปี	71	35.50
31 – 40 ปี	65	32.50
41 – 50 ปี	24	12.00
51 – 60 ปี	9	4.50
61 ปีขึ้นไป	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 35.50 รองลงมา ได้แก่ มีอายุระหว่าง 31 -40 ปี ร้อยละ 32.50 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 14.50

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	25.00
ปริญญาตรีและสูงกว่า	150	75.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า มากที่สุด ร้อยละ 75.00 รองลงมาได้แก่ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 25.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	48	24.00
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	32	16.00
พนักงานบริษัท	69	34.50
เจ้าของกิจการ	37	18.50
แม่บ้าน	6	3.00
อื่นๆ	8	4.00
รวม	200	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ทำงานอิสระ

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัท มากที่สุด ร้อยละ 34.50 รองลงมาได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 24.00 และเจ้าของกิจการ ร้อยละ 18.50

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	38	19.00
5,000 – 10,000 บาท	32	16.00
10,001 – 15,000 บาท	27	13.50
15,001 – 20,000 บาท	21	10.50
20,001 – 25,000 บาท	23	11.50
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	59	29.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 29.50 รองลงมาได้แก่ มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 19.00 และมีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 16.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1-3 คน	76	38.00
3 – 5 คน	97	48.50
5 – 9 คน	20	10.00
มากกว่า 9 คนขึ้นไป	7	3.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 5 คน มากที่สุด ร้อยละ 48.50 รองลงมาได้แก่ มีสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน ร้อยละ 38.00 และมีสมาชิกในครอบครัว 5 – 9 คน ร้อยละ 10.00

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายผักและผลไม้สดป็นพร้อมดื่มในห้าง
สรรพสินค้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2.1 พฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดป็นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สถานที่
ความถี่ ลักษณะการชื้อ ประเภทสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจชื้อ และบุคคลที่มีอิทธิพลใน
การตัดสินใจชื้อ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการบริโภคน้ำผัก
และผลไม้สดป็นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ลักษณะการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
บริโภคทุกวัน	23	11.50
บริโภคสัปดาห์ละ 5-6 วัน	6	3.00
บริโภคสัปดาห์ละ 3-4 วัน	37	18.50
บริโภคสัปดาห์ละ 1-2 วัน	43	21.50
บริโภคตามแต่จะสะดวก	48	24.00
ไม่แน่นอน	43	21.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการบริโภคน้ำผักและผลไม้สดป็นพร้อมดื่มใน
ห้างสรรพสินค้า บริโภคตามแต่จะสะดวก มากที่สุด ร้อยละ 24.00 รองลงมา มีการบริโภคสัปดาห์ละ
1-2 วัน และบริโภคไม่แน่นอน จำนวนเท่ากัน ร้อยละ 21.50 และบริโภคสัปดาห์ละ 3-4 วัน
ร้อยละ 18.50

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผัก และผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของผักและผลไม้	130	65.00
ความสดของผักและผลไม้	161	80.50
ความสะอาดและปลอดภัย	145	72.50
รสชาติถูกปาก	131	65.50
มีปริมาณที่เหมาะสม	59	29.50
การบริการของผู้จำหน่าย	50	25.00
ชนิดส่วนผสมมีจำนวนมาก และเลือกได้ตามชอบ	92	46.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ปัจจัยด้านความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 80.50 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านความสะอาดและปลอดภัย ร้อยละ 72.50 และรสชาติถูกปาก ร้อยละ 65.50

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามส่วนผสมของน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ส่วนผสม	ลำดับที่ 1 (3 คะแนน)		ลำดับที่ 2 (2 คะแนน)		ลำดับที่ 3 (1 คะแนน)		ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	ลำดับ ที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
แตงโม	44	22.00	15	7.50	17	8.50	29.83	2
ส้ม	56	28.00	26	13.00	19	9.50	39.83	1
มะเฟือง	5	2.50	11	5.50	3	1.50	6.67	10
แอปเปิ้ล	18	9.00	34	17.00	22	11.00	24.00	4
องุ่น	11	5.50	16	8.00	15	7.50	13.33	6
แคนตาลูป	6	3.00	20	10.00	13	6.50	11.83	7
แครอท	21	10.50	32	16.00	23	11.50	25.00	3
สับปะรด	12	6.00	17	8.50	25	12.50	15.83	5
มะเขือเทศ	5	2.50	11	5.50	15	7.50	8.67	8
แก้วมังกร	2	1.00	6	3.00	9	4.50	4.50	11
บ๊วย	6	3.00	8	4.00	15	7.50	8.17	9
ฝรั่ง	0	0.00	6	3.00	15	7.50	4.50	12

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

ตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกส่วนผสมของน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ลำดับที่ 1 ได้แก่ ส้ม ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 39.83 ลำดับที่ 2 ได้แก่ แตงโม ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 29.83 และลำดับที่ 3 ได้แก่ แครอท ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 25.00

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
หาง่าย และสะดวกในการซื้อ	38	19.00
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	16	8.00
ดื่มแล้วมีผลดีต่อสุขภาพ	66	33.00
คุณภาพดี สะอาดและปลอดภัย	14	7.00
เป็นเครื่องดื่มที่มีคุณค่าด้านโภชนาการสูง	33	16.50
ส่วนผสมผักและผลไม้หลากหลาย มีรสชาติอร่อย	25	12.50
ดับกระหายได้ดี	6	3.00
อื่นๆ	2	1.00
รวม	200	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ทำให้ผิวสวย (1 ราย) และดีกว่าดื่มน้ำอัดลม หรือน้ำหวานอื่นๆ (1 ราย)

ตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากดื่มแล้วมีผลดีต่อสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 33.00 รองลงมา ได้แก่ หาง่าย และสะดวกในการซื้อ ร้อยละ 19.00 และเป็นเครื่องดื่มที่มีคุณค่าด้านโภชนาการสูง ร้อยละ 16.50

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอิทธิพลของใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

อิทธิพลของใจในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนแนะนำ	28	14.00
ชอบและเลือกทานอาหารที่มีคุณค่าสูง	137	68.50
ครอบครัว	6	3.00
กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ชิมฟรี	2	1.00
กระแสนิยมปัจจุบัน	13	6.50
อื่นๆ	14	7.00
รวม	200	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ การตกแต่งของร้าน(5 ราย) อยากรู้อยากเห็น(4 ราย) ความอร่อย(5 ราย)

ตารางที่ 11 พบว่า อิทธิพลของใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ชอบและเลือกทานอาหารที่มีคุณค่าสูง มากที่สุด ร้อยละ 68.50 รองลงมาได้แก่เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 14.00 และอื่นๆ ร้อยละ 7.00

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลในครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	149	74.50
คู่สมรส	26	13.00
บิดา/ มารดา	15	7.50
บุตร/ธิดา	6	3.00
ปู่ ย่า ตา ยาย หรือญาติ	1	0.50
อื่นๆ	3	1.50
รวม	200	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ญาติพี่น้อง (3 ราย)

ตารางที่ 12 พบว่า บุคคลในครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า คือ ตัวท่านเอง มากที่สุด ร้อยละ 74.50 รองลงมาได้แก่ คู่สมรส ร้อยละ 13.00 และบิดา/ มารดา ร้อยละ 7.50

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วัน ที่เลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

วันที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ - ศุกร์	33	16.50
เสาร์ - อาทิตย์	24	12.00
วันหยุดนักขัตฤกษ์	2	1.00
ไม่แน่นอน	141	70.50
รวม	200	100.00

ตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกวัน ที่เลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า คือ ไม่แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 70.5 รองลงมา ได้แก่ วันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 16.50 และวันเสาร์ – อาทิตย์ ร้อยละ 12.00

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ ที่เคยซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มจากสถานที่ต่างๆ นอกเหนือจากห้างสรรพสินค้า

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ออกกำลังกาย	56	28.00
ตลาดสด	79	39.50
ร้านค้าทั่วไป	130	65.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

ตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จากร้านค้าทั่วไป มากที่สุด ร้อยละ 65.00 รองลงมา ได้แก่ ตลาดสด ร้อยละ 39.50 และสถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 28.00

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำ
ผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มจากสถานที่ต่างๆ นอกเหนือจากห้างสรรพสินค้า

เหตุผลในการเลือกซื้อ	ลำดับที่ 1 (3 คะแนน)	ลำดับที่ 2 (2 คะแนน)	ลำดับที่ 3 (1 คะแนน)	รวม คะแนน	ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	ลำดับ ที่
อยู่ใกล้บ้าน สะดวกซื้อ	62	7	13	213	35.50	3
มีสินค้าหลากหลายชนิด	25	41	22	179	29.83	5
มีบริการดี ให้ลูกค้าเลือก ได้ตามชอบ	11	17	13	80	13.33	6
เป็นที่นิยมของคนทั่วไป	6	6	13	43	7.17	7
มีความสะอาด อนามัยดี	48	32	33	241	40.17	1
รสชาติถูกใจ	16	62	38	210	35.00	4
ความสดของผลไม้	31	36	57	222	37.00	2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มจากสถานที่ต่างๆ นอกเหนือจากห้างสรรพสินค้า ลำดับที่ 1 เพราะ มีความสะอาด อนามัยดี ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 40.17 ลำดับที่ 2 เพราะมีความสดของผลไม้ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 37.00 และ ลำดับที่ 3 เพราะอยู่ใกล้บ้าน สะดวกซื้อ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 35.50

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

สื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์สุขภาพ	66	33.00
เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ	131	65.50
บทความในวารสาร	62	31.00
กระแสนิยม	70	35.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

ตารางที่ 16 พบว่า สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 65.50 รองลงมาได้แก่ กระแสนิยม ร้อยละ 35.00 และเว็บไซต์สุขภาพ ร้อยละ 33.00

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ระดับราคาที่พอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 บาท	79	39.50
20 – 25 บาท	109	54.50
25 – 30 บาท	10	5.00
มากกว่า 30 บาท	2	1.00
รวม	200	100.00

ตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ในระดับราคา 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 54.50 รองลงมาได้แก่ ราคาต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 39.50 และราคา 25 – 30 บาท ร้อยละ 5.00

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเหมาะสมในระดับ
ราคาของน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่จำหน่ายในปัจจุบัน

ความเหมาะสมของระดับราคา	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสมดีแล้ว	165	82.50
ถูกเกินไป	3	1.50
แพงเกินไป	32	16.00
รวม	200	100.00

ตารางที่ 18 พบว่า ระดับราคาของน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่
จำหน่ายในปัจจุบัน เหมาะสมดีแล้ว ร้อยละ 82.50 รองลงมาได้แก่ แพงเกินไป ร้อยละ 16.00 และ
ถูกเกินไป ร้อยละ 1.50

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจเพียงของร้านที่
จำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ความเพียงพอของร้านจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
มีเพียงพอแล้ว	146	73.00
มากเกินไป	6	3.00
น้อยเกินไป	48	24.00
รวม	200	100.00

ตารางที่ 19 พบว่า ร้านที่จำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า มี
เพียงพอแล้ว ร้อยละ 73.00 รองลงมา มีน้อยเกินไป ร้อยละ 24.00 และมีมากเกินไป ร้อยละ 3.00

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม

สถานที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
สถานการศึกษา	112	56.00
หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป	95	47.50
ห้างสรรพสินค้า	49	24.50
ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย	66	33.00
ตลาดสด	36	18.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

ตารางที่ 20 พบว่า สถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 56.00 รองลงมาได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 47.50 และใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 33.00

2.2 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย	110	55.00
สินค้านี้มีความสะอาด ถูกหลักอนามัย	146	73.00
มีคุณค่าทางโภชนาการสูง	118	59.00
บริการดี และให้โอกาสลูกค้าเลือกตามชอบ	87	43.50
มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	23	11.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

ตารางที่ 21 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้านี้มีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 73.00 รองลงมา ได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 59.00 และมีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 55.00

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท	38	19.00
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	126	63.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

ตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 63.00 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 19.00

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
มีที่จอดรถสะดวก	53	26.50
ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ	138	69.00
มีความสะอาด สวยงาม	109	54.50
บรรยากาศการตกแต่งร้านเหมาะสม	68	34.00
มีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่	102	51.00
มีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้	103	51.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

ตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ร้านค้าตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 69.00 รองลงมาได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 54.50 และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ ร้อยละ 51.50

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
มีการรับสมัครสมาชิกร้าน ที่ได้รับสิทธิส่วนลด	64	32.00
มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า	78	39.00
มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้	132	66.00
มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ	100	50.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

ตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 66.00 รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 50.00 และมีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 39.00

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า	185	92.50
ด้านราคา เป็นราคาที่เหมาะสมกับสินค้า	95	47.50
ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม	160	80.00
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	11	5.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

ตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 92.50 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 80.00 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 47.50

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มใน
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มใน
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของผักและผลไม้	77	77.00	53	53.00
ความสดของผักและผลไม้	83	83.00	78	78.00
ความสะอาดและปลอดภัย	67	67.00	78	78.00
รสชาติถูกปาก	71	71.00	60	60.00
มีปริมาณที่เหมาะสม	32	32.00	27	27.00
การบริการของผู้จำหน่าย	21	21.00	29	29.00
ชนิดส่วนผสมมีจำนวนมาก และเลือกได้ตามชอบ	51	51.00	41	41.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 100 ราย และเพศหญิงจำนวน 100 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ ร้อยละ 83.00 รองลงมาได้แก่ ความหลากหลายของผักและผลไม้ ร้อยละ 77.00 และรสชาติถูกปาก ร้อยละ 71.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ และความสะอาดและปลอดภัยมากที่สุดเท่ากัน ร้อยละ 78.00 รองลงมาได้แก่ รสชาติถูกปาก ร้อยละ 60.00 และความหลากหลายของผักและผลไม้ ร้อยละ 53.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

สื่อโฆษณา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์สุขภาพ	34	34.00	32	32.00
เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ	70	70.00	61	61.00
บทความในวารสาร	31	31.00	31	31.00
กระแสนิยม	43	43.00	27	27.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 100 ราย และเพศหญิงจำนวน 100 ราย

ตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 70.00 รองลงมาได้แก่ กระแสนิยม ร้อยละ 43.00 และเว็บไซต์สุขภาพ ร้อยละ 34.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 61.00 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์สุขภาพ ร้อยละ 32.00 และบทความในวารสาร ร้อยละ 31.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ

ระดับราคาที่น่าสนใจ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 บาท	32	32.00	47	47.00
20 – 25 บาท	61	61.00	48	48.00
25 – 30 บาท	7	7.00	3	3.00
มากกว่า 30 บาท	0	0.00	2	2.00
รวม	100	100.00	100	100.00

ตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 61.00 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 32.00 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 48.00 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 47.00 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่น พร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ

สถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานการศึกษา	54	54.00	58	58.00
หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป	64	64.00	31	31.00
ห้างสรรพสินค้า	22	22.00	27	27.00
ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย	29	29.00	37	37.00
ตลาดสด	15	15.00	21	21.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 100 ราย และเพศหญิงจำนวน 100 ราย

ตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป มากที่สุด ร้อยละ 64.00 รองลงมาได้แก่ สถานการศึกษา ร้อยละ 54.00 และใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 29.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 58.00 รองลงมาได้แก่ ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 37.00 และหน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 31.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย	61	61.00	49	49.00
สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย	68	68.00	78	78.00
มีคุณค่าทางโภชนาการสูง	63	63.00	55	55.00
บริการดี และให้โอกาสลูกค้าเลือกตามชอบ	52	52.00	35	35.00
มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	9	9.00	14	14.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 100 ราย และเพศหญิงจำนวน 100 ราย

ตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 68.00 รองลงมาได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 63.00 และมีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 61.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 78.00 รองลงมาได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 55.00 และมีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 49.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท	22	22.00	16	16.00
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	65	65.00	61	61.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 100 ราย และเพศหญิงจำนวน 100 ราย

ตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 65.00 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 61.00 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีที่จอดรถสะดวก	23	23.00	30	30.00
ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ	73	73.00	65	65.00
มีความสะอาด สวยงาม	50	50.00	59	59.00
บรรยากาศการตกแต่งร้านเหมาะสม	40	40.00	28	28.00
มีผู้แช่ที่รักษาความสดใหม่	52	52.00	50	50.00
มีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้	56	56.00	47	47.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 100 ราย และเพศหญิงจำนวน 100 ราย

ตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อมากที่สุด ร้อยละ 73.00 รองลงมาได้แก่ มีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ ร้อยละ 56.00 และมีผู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ ร้อยละ 52.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 65.00 รองลงมาได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 59.00 และมีผู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการรับสมัครสมาชิกร้าน ที่ได้รับสิทธิส่วนลด	28	28.00	36	36.00
มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า	32	32.00	46	46.00
มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพ จากน้ำผักและผลไม้	81	81.00	51	51.00
มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ	46	46.00	54	54.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 100 ราย และเพศหญิงจำนวน 100 ราย

ตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ ร้อยละ 81.00 รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษร้อยละ 46.00 และมีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 32.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษมากที่สุด ร้อยละ 54.00 รองลงมาได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ ร้อยละ 51.00 และมีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 46.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละ ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า	95	95.00	90	90.00
ด้านราคา เป็นราคาที่เหมาะสมกับสินค้า	54	54.00	41	41.00
ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม	86	86.00	74	74.00
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	4	4.00	7	7.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 100 ราย และเพศหญิงจำนวน 100 ราย

ตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 95.00 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 86.00 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 54.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 90.00 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 74.00 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 41.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายน้ำผักและผลไม้สดปนพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปนพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของผักและผลไม้	18	62.07	46	64.79	45	69.23	15	62.50	5	55.56	1	50.00
ความสดของผักและผลไม้	22	75.86	58	81.69	52	80.00	20	83.33	8	88.89	1	50.00
ความสะอาดและปลอดภัย	24	82.76	53	74.65	42	64.62	19	79.17	6	66.67	1	50.00
รสชาติถูกปาก	18	62.07	47	66.20	43	66.15	16	66.67	6	66.67	1	50.00
มีปริมาณที่เหมาะสม	9	31.03	18	25.35	17	26.15	9	37.50	4	44.44	2	100.00
การบริการของผู้จำหน่าย	4	13.79	25	35.21	12	18.46	6	25.00	3	33.33	0	0.00
ชนิดส่วนผสมมีจำนวนมากและเลือกได้ตามชอบ	14	48.28	31	43.66	32	49.23	10	41.67	5	55.56	0	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 ราย อายุ 21-30 ปี จำนวน 71 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 65 ราย อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 ราย

อายุ 51-60 ปี จำนวน 9 ราย และอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย มากที่สุด ร้อยละ 82.76 รองลงมาได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ ร้อยละ 75.86 และความหลากหลายของ ผักและผลไม้ และรสชาติถูกปาก มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 62.07 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้ สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 81.69 รองลงมาได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย ร้อยละ 74.65 และรสชาติถูกปาก ร้อยละ 66.20 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่น พร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 80.00 รองลงมา ได้แก่ ความหลากหลายของผักและผลไม้ ร้อยละ 69.23 และรสชาติถูกปาก ร้อยละ 66.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่น พร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 83.33 รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย ร้อยละ 79.17 และรสชาติถูกปาก ร้อยละ 66.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่น พร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 88.89 รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย และรสชาติถูกปาก มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 66.67 และความ หลากหลายของผักและผลไม้ และชนิดส่วนผสมมีจำนวนมาก และเลือกได้ตามชอบ มีจำนวน เท่ากัน ร้อยละ 55.56 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและ ผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีปริมาณที่เหมาะสม มากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ความหลากหลายของผักและผลไม้ ความสดของผักและผลไม้ ความสะอาดและ ปลอดภัย และรสชาติ ถูกปาก มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อโฆษณา	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์สุขภาพ	13	44.82	20	28.17	25	38.46	6	25.00	1	11.11	1	50.00
เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ	14	48.28	51	71.83	45	69.23	15	62.50	4	44.44	2	100.00
บทความในวารสาร	10	34.48	17	23.94	20	30.77	11	45.83	3	33.33	1	50.00
กระแสนิยม	6	20.69	26	36.62	23	35.38	8	33.33	6	66.67	1	50.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 ราย อายุ 21-30 ปี จำนวน 71 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 65 ราย อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 ราย อายุ 51-60 ปี จำนวน 9 ราย และอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 48.28 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์สุขภาพ ร้อยละ 44.82 และบทความในวารสาร ร้อยละ 34.48ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 71.83รองลงมาได้แก่ กระแสนิยม ร้อยละ 36.62 และเว็บไซต์สุขภาพ ร้อยละ 28.17ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 69.23 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์สุขภาพ ร้อยละ 38.46 และกระแสนิยม ร้อยละ 35.38ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ บทความในวารสาร ร้อยละ 45.83 และกระแสนิยม ร้อยละ 33.33ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ กระแสนิยม มากที่สุด ร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ ร้อยละ 44.44 และบทความในวารสาร ร้อยละ 33.33ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 100.00รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์สุขภาพ บทความในวารสาร และกระแสนิยม มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ

ระดับราคาที่พอใจ	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 บาท	20	68.96	32	45.07	17	26.15	6	25.00	3	33.33	1	50.00
20 – 25 บาท	7	24.14	35	49.30	44	67.69	17	70.83	5	55.56	1	50.00
25 – 30 บาท	2	6.90	4	5.63	2	3.08	1	4.17	1	11.11	0	0.00
มากกว่า 30 บาท	0	0.00	0	0.00	2	3.08	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	29	100.00	71	100.00	65	100.00	24	100.00	9	100.00	2	100.00

ตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท มากที่สุด ร้อยละ 68.96 รองลงมาได้แก่ 20 – 25 บาท ร้อยละ 24.14 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 6.90 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 49.30 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 45.07 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 5.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 67.69 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 26.15 ราคา 25 – 30 บาท และมากกว่า 30 บาท มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 3.08 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 70.83 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 25.00 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 4.17 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 55.56 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 33.33 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 11.11 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท และ 20 – 25 บาท มีจำนวนมากเท่ากัน ร้อยละ 50.00

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จำแนกตามอายุ

สถานที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานการศึกษา	22	75.86	42	59.15	30	46.15	11	45.83	6	66.67	1	50.00
หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป	12	41.38	29	40.85	37	56.92	12	50.00	4	44.44	1	50.00
ห้างสรรพสินค้า	6	20.69	18	25.35	16	24.62	6	25.00	3	33.33	0	0.00
ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย	5	17.24	31	43.66	20	30.77	9	37.50	1	11.11	0	0.00
ตลาดสด	2	6.90	19	26.76	7	10.77	4	16.67	2	22.22	2	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 ราย อายุ 21-30 ปี จำนวน 71 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 65 ราย อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 ราย อายุ 51-60 ปี จำนวน 9 ราย และอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 75.86 รองลงมา ได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 41.38 และห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 20.69 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี เห็นว่าสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 59.15 รองลงมาได้แก่ โกลด์สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 43.66 และหน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 40.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เห็นว่าสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 56.92 รองลงมาได้แก่ สถานการศึกษา ร้อยละ 46.15 และโกลด์สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 30.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี เห็นว่าสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 50.00รองลงมาได้แก่ สถานการศึกษา ร้อยละ 45.83 และโกลด์สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 37.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี เห็นว่าสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 44.44 และห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ ตลาดสด มากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ สถานการศึกษา และหน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย	13	44.83	43	60.56	33	50.77	14	58.33	6	66.67	1	50.00
สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย	24	82.76	55	77.46	40	61.54	17	70.83	8	88.89	2	100.00
มีคุณค่าทางโภชนาการสูง	14	48.28	42	59.15	38	58.46	17	70.83	6	66.67	1	50.00
บริการดี และให้โอกาสลูกค้าเลือกตามชอบ	8	27.59	35	49.30	28	43.08	13	54.17	2	22.22	0	0.00
มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	5	17.24	10	14.08	6	9.23	2	8.33	0	0.0	1	50.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 ราย อายุ 21-30 ปี จำนวน 71 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 65 ราย อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 ราย อายุ 51-60 ปี จำนวน 9 ราย และอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 82.76 รองลงมาได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 48.28 และมีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 44.83 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 77.46 รองลงมาได้แก่ มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 60.56 และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 59.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 61.54 รองลงมาได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 58.46 และมีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 50.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีจำนวนเท่ากันมากที่สุด ร้อยละ 70.83 รองลงมาได้แก่ มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 58.33 และการบริการดีและให้โอกาสลูกค้าเลือกตามชอบ ร้อยละ 54.17 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 88.89 รองลงมาได้แก่ มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 66.67 และการบริการดีและให้โอกาสลูกค้าเลือกตามชอบ ร้อยละ 22.22 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท	7	24.14	12	16.90	9	13.85	6	25.00	3	33.33	1	50.00
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	13	44.83	47	66.20	43	66.15	16	66.67	7	77.78	0	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 ราย อายุ 21-30 ปี จำนวน 71 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 65 ราย อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 ราย อายุ 51-60 ปี จำนวน 9 ราย และอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 44.83 รองลงมา ได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 24.14 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 66.20 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 16.90 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 66.15 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 13.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 77.78 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.00

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีที่จอดรถสะดวก	0	0.0	20	28.17	18	27.69	10	41.67	4	44.44	1	50.00
ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ	17	58.62	51	71.83	46	70.77	15	62.50	7	77.78	2	100.00
มีความสะอาด สวยงาม	18	62.07	40	56.33	33	50.77	13	54.17	4	44.44	1	50.00
บรรยากาศการตกแต่งร้านเหมาะสม	9	31.03	25	35.21	20	30.77	11	45.83	3	33.33	0	0.00
มีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่	10	34.48	36	50.70	34	52.31	15	62.50	7	77.78	0	0.00
มีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้	17	58.62	36	50.70	35	53.85	12	50.00	3	33.33	0	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 ราย อายุ 21-30 ปี จำนวน 71 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 65 ราย อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 ราย

อายุ 51-60 ปี จำนวน และอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม มากที่สุด ร้อยละ 62.07 รองลงมาได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 58.62 และมีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ ร้อยละ 34.48 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 71.83 รองลงมาได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 56.33 มีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 70.77 รองลงมาได้แก่ มีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ ร้อยละ 53.85 และมีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ ร้อยละ 52.31 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ และมีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด ร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 54.17 และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ และมีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด ร้อยละ 77.78 รองลงมาได้แก่ มีที่จอดรถสะดวก และมีความสะอาด สวยงาม มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 44.44 บรรยากาศการตกแต่งร้านเหมาะสม และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ มีที่จอดรถสะดวก และมีความสะอาด สวยงาม มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการรับสมัครสมาชิกร้าน ที่ ได้รับสิทธิ์ส่วนลด	8	27.59	21	29.58	24	36.92	8	33.33	3	33.33	0	0.00
มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า	12	41.38	35	49.30	18	27.69	10	41.67	3	33.33	0	0.00
มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ ด้านสุขภาพจากน้ำผักและ ผลไม้	21	72.41	40	56.34	47	72.31	16	66.67	6	66.67	2	100.00
มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ	17	58.62	33	46.48	32	49.23	10	41.67	7	77.78	1	50.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 ราย อายุ 21-30 ปี จำนวน 71 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 65 ราย อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 ราย
อายุ 51-60 ปี จำนวน 9 ราย และอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 72.41 รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 58.62 และมีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 41.38 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 56.34 รองลงมาได้แก่ มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 49.30 และมีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 46.48 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 72.31 รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 49.23 และมีการรับสมัครสมาชิกร้าน ที่ได้รับสิทธิส่วนลด ร้อยละ 36.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า และมีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 41.67 และมีการรับสมัครสมาชิกร้านที่ได้รับสิทธิส่วนลด ร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ มากที่สุด ร้อยละ 77.78 รองลงมาได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ ร้อยละ 66.67 มีการรับสมัครสมาชิกร้านที่ได้รับสิทธิส่วนลด และมีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของ สินค้า	27	93.10	63	88.73	61	93.85	23	95.83	9	100.00	2	100.00
ด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า	12	41.38	35	49.30	30	46.15	12	50.00	5	55.56	1	50.00
ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม	25	86.21	56	78.87	54	83.08	16	66.67	8	88.89	1	50.00
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	1	3.45	6	8.45	1	1.54	1	4.16	2	22.22	0	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 ราย อายุ 21-30 ปี จำนวน 71 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 65 ราย อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 ราย

อายุ 51-60 ปี จำนวน 9 ราย และอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 93.10 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 86.21 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 41.38 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 88.73 รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 78.87 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 49.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 93.85 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 83.08 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 46.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 95.83 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 66.67 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 88.89 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 55.56 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ ด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า และด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มใน
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม
ในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	การศึกษา			
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรีและสูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของผักและผลไม้	25	50.00	105	70.00
ความสดของผักและผลไม้	38	76.00	123	82.00
ความสะอาดและปลอดภัย	32	64.00	113	75.33
รสชาติถูกปาก	31	62.00	100	66.67
มีปริมาณที่เหมาะสม	14	28.00	45	30.00
การบริการของผู้จำหน่าย	13	26.00	37	24.67
ชนิดส่วนผสมมีจำนวนมาก และเลือกได้ตามชอบ	21	42.00	71	47.33

หมายเหตุ : ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 ราย
การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า จำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 76.00 รองลงมาได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย ร้อยละ 64.00 และรสชาติถูกปาก ร้อยละ 62.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 82.00 รองลงมาได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย ร้อยละ 75.33 และรสชาติถูกปาก ร้อยละ 66.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผัก และผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

สื่อโฆษณา	การศึกษา			
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรีและสูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์สุขภาพ	18	36.00	48	32.00
เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ	31	62.00	100	66.67
บทความในวารสาร	10	20.00	52	34.67
กระแสนิยม	15	30.00	55	36.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 ราย การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า จำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 62.0 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์สุขภาพ ร้อยละ 36.0 และ กระแสนิยม ร้อยละ 30.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ กระแสนิยมร้อยละ 36.67 และ บทความในวารสาร ร้อยละ 34.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

ระดับราคาที่น่าสนใจ	การศึกษา			
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรีและสูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 บาท	26	52.00	53	35.33
20 – 25 บาท	20	40.00	89	59.33
25 – 30 บาท	3	6.00	7	4.67
มากกว่า 30 บาท	1	2.00	1	0.67
รวม	50	100.00	150	100.00

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท มากที่สุด ร้อยละ 52.00 รองลงมาได้แก่ 20 – 25 บาท ร้อยละ 40.00 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เห็นว่าระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 59.33 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 35.33 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 4.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่น พร้อมดื่ม จำแนกตามการศึกษา

สถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย	การศึกษา			
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรีและสูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานการศึกษา	32	64.00	80	53.33
หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป	19	38.00	76	50.67
ห้างสรรพสินค้า	14	28.00	35	23.33
ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย	13	26.00	53	35.33
ตลาดสด	8	16.00	28	18.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 ราย การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า จำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่า สถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 64.00 รองลงมาได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 38.00 และห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 53.33 รองลงมาได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 50.67 และใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 35.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผัก และผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	การศึกษา			
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรีและสูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย	29	58.00	81	54.00
สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย	39	78.00	107	71.33
มีคุณค่าทางโภชนาการสูง	24	48.00	94	62.67
บริการดี และให้โอกาสลูกค้าเลือกตามชอบ	18	36.00	69	46.00
มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	2	4.00	21	14.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 ราย การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า จำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 78.00 รองลงมาได้แก่ มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 58.00 และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 71.33 รองลงมาได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 62.67 และมีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 54.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	การศึกษา			
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรีและสูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท	11	22.00	27	18.00
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	29	58.00	97	64.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 ราย การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า จำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 58.00 รองลงมา ได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 64.67 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การศึกษา			
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรีและสูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีที่จอดรถสะดวก	11	22.00	42	28.00
ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ	31	62.00	107	71.33
มีความสะอาด สวยงาม	28	56.00	81	54.00
บรรยากาศการตกแต่งร้านเหมาะสม	14	28.00	54	36.00
มีผู้แช่ที่รักษาความสดใหม่	20	40.00	82	54.67
มีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้	26	52.00	77	51.33

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 ราย การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า จำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 62.00 รองลงมา ได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 56.00 และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ ร้อยละ 52.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 71.33 รองลงมาได้แก่ มีผู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ ร้อยละ 54.67 และมีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 54.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การศึกษา			
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรีและสูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการรับสมัครสมาชิกร้าน ที่ได้รับสิทธิส่วนลด	12	24.00	52	34.67
มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า	15	30.00	63	42.00
มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้	32	64.00	100	66.67
มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ	24	48.00	76	50.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 ราย การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า จำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 64.00 รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 48.00 และมีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 50.67 และมีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 42.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผัก และผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	การศึกษา			
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรีและสูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า	41	82.00	140	93.33
ด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า	20	40.00	75	50.00
ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม	40	80.00	115	76.67
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	3	6.00	8	5.33

หมายเหตุ : ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 ราย การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า จำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 82.00 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 80.00 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 93.33 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 76.67 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000		5,000 – 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 – 25,000		มากกว่า 25,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของผักและผลไม้	25	65.79	16	50.00	18	66.67	13	61.90	17	73.91	41	69.49
ความสดของผักและผลไม้	29	76.32	25	78.12	21	77.78	18	85.71	20	86.96	48	81.36
ความสะอาดและปลอดภัย	33	86.84	27	84.38	17	62.96	12	57.14	16	69.56	40	67.80
รสชาติถูกปาก	24	63.16	22	68.75	20	74.07	14	66.67	15	65.22	36	61.02
มีปริมาณที่เหมาะสม	12	31.58	10	31.25	10	37.04	3	14.29	8	34.78	16	27.12
การบริการของผู้จำหน่าย	11	28.95	8	25.00	10	37.04	5	23.81	7	30.43	9	15.25
ชนิดส่วนผสมมีจำนวนมาก และเลือกได้ตามชอบ	19	50.00	11	34.38	13	48.15	13	61.90	11	47.83	25	42.37

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 38 ราย รายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท จำนวน 32 ราย รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 27 ราย รายได้เฉลี่ย 15,001 -20,000 บาท จำนวน 21 ราย รายได้เฉลี่ย 20,001 -25,000 บาท จำนวน 23 ราย และรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 59 ราย

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย มากที่สุด ร้อยละ 86.84 รองลงมาได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ ร้อยละ 76.32 และความหลากหลายของผักและผลไม้ ร้อยละ 65.79 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย ร้อยละ 84.39 รองลงมาได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ ร้อยละ 78.12 และรสชาติถูกปาก ร้อยละ 68.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 77.78 รองลงมาได้แก่ รสชาติถูกปาก ร้อยละ 74.07 และความหลากหลายของผักและผลไม้ ร้อยละ 66.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 85.71 รองลงมาได้แก่ รสชาติถูกปาก ร้อยละ 66.67 ความหลากหลายของผักและผลไม้ และชนิดส่วนผสมมีจำนวนมาก และเลือกได้ตามชอบ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 61.90 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 86.96 รองลงมาได้แก่ ความหลากหลายของผักและผลไม้ ร้อยละ 73.91 และความสะอาดและปลอดภัย ร้อยละ 69.56 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 81.36 รองลงมาได้แก่ ความหลากหลายของผักและผลไม้ ร้อยละ 69.49 และความสะอาดและปลอดภัย ร้อยละ 67.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สื่อโฆษณา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000		5,000 – 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 – 25,000		มากกว่า 25,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์สุขภาพ	17	44.74	9	28.13	5	18.52	5	23.81	12	52.17	18	30.51
เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ	21	55.26	23	71.88	15	55.56	15	71.43	15	65.22	42	71.19
บทความในวารสาร	12	31.58	5	15.63	7	25.93	5	23.81	8	34.78	25	42.37
กระแสนิยม	12	31.58	4	12.50	8	29.63	10	47.62	12	52.17	24	40.68

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 38 ราย รายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท จำนวน 32 ราย
รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 27 ราย รายได้เฉลี่ย 15,001 -20,000 บาท จำนวน 21 ราย รายได้เฉลี่ย 20,001 -25,000 บาท จำนวน 23 ราย และรายได้เฉลี่ยมากกว่า
25,000 บาท จำนวน 59 ราย

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าสื่อโฆษณา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 55.26 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์สุขภาพ ร้อยละ 44.74 บทความในวารสาร และกระแสนิยม มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 31.58 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 10,000 บาท เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 71.88 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์สุขภาพ ร้อยละ 28.13 และบทความในวารสาร ร้อยละ 15.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 55.56 รองลงมาได้แก่ กระแสนิยม ร้อยละ 29.63 และบทความในวารสาร ร้อยละ 25.93 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 71.43 รองลงมาได้แก่ กระแสนิยม ร้อยละ 47.62 เว็บไซต์สุขภาพและบทความในวารสาร มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 23.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 25,000 บาท เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 65.22 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์สุขภาพ และกระแสนิยม มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 52.17 และบทความในวารสาร ร้อยละ 34.78 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท เห็นว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด ร้อยละ 71.19 รองลงมาได้แก่ บทความในวารสาร ร้อยละ 42.37 และกระแสนิยม ร้อยละ 40.68 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับราคาที่พอใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000		5,000 – 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 – 25,000		มากกว่า 25,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 บาท	21	55.26	16	50.00	13	48.15	9	42.86	7	30.43	13	22.03
20 – 25 บาท	15	39.47	13	40.63	13	48.15	11	52.38	15	65.22	42	71.20
25 – 30 บาท	2	5.27	3	9.37	1	3.70	1	4.76	0	0.00	3	5.08
มากกว่า 30 บาท	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	4.35	1	1.69
รวม	38	100.00	32	100.00	27	100.00	21	100.00	23	100.00	59	100.00

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าระดับราคาที่พอใจ ในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท มากที่สุด ร้อยละ 55.26 รองลงมาได้แก่ 20 – 25 บาท ร้อยละ 39.47 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 5.27 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 10,000 บาท เห็นว่าระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท มากที่สุด ร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ 20 – 25 บาท ร้อยละ 40.63 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 9.37 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท เห็นว่าระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท และ 20 – 25 บาท มีจำนวนมากที่สุดเท่ากัน ร้อยละ 48.15 รองลงมาได้แก่ 25 – 30 บาท ร้อยละ 3.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท เห็นว่าระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 52.38 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 42.86 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 25,000 บาท เห็นว่าระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 65.22 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 30.43 และมากกว่า 30 บาท ร้อยละ 4.35 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท เห็นว่าระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ร้อยละ 71.20 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 20 บาท ร้อยละ 22.03 และ 25 – 30 บาท ร้อยละ 5.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000		5,000 – 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 – 25,000		มากกว่า 25,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานการศึกษา	29	76.32	18	56.25	13	48.15	9	42.86	14	60.87	29	49.15
หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป	15	39.47	7	21.88	12	44.44	14	66.67	15	65.22	32	54.24
ห้างสรรพสินค้า	5	13.16	11	34.38	9	33.33	5	23.81	4	17.39	15	25.42
ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย	11	28.95	12	37.50	11	40.74	7	33.33	8	34.78	17	28.81
ตลาดสด	6	15.79	7	21.88	8	29.63	3	14.29	1	4.35	11	18.64

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 38 ราย รายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท จำนวน 32 ราย

รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 27 ราย รายได้เฉลี่ย 15,001 -20,000 บาท จำนวน 21 ราย รายได้เฉลี่ย 20,001 -25,000 บาท จำนวน 23 ราย และรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 59 ราย

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถาน การศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 76.32 รองลงมาได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 39.47 และใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 28.95 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 10,000 บาท เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 56.25 รองลงมาได้แก่ ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 37.50 และห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 34.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 48.15 รองลงมาได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 44.44 และใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 40.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป มากที่สุด ร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ สถานการศึกษา ร้อยละ 42.86 และใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 25,000 บาท เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป มากที่สุด ร้อยละ 65.22 รองลงมาได้แก่ สถานการศึกษา ร้อยละ 60.87 และใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 34.78 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป มากที่สุด ร้อยละ 54.24 รองลงมาได้แก่ สถานการศึกษา ร้อยละ 49.15 และใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 28.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000		5,000 – 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 – 25,000		มากกว่า 25,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย	19	50.00	21	65.63	13	48.15	11	52.38	10	43.48	36	61.02
สินค้ามีความสะอาด ถูก หลักอนามัย	33	86.84	24	75.00	15	55.56	14	66.67	13	56.52	47	79.66
มีคุณค่าทางโภชนาการสูง	21	55.26	16	50.00	19	70.37	10	47.62	17	73.91	35	59.32
บริการดี และให้โอกาสลูกค้า เลือกตามชอบ	15	39.42	12	37.50	15	55.56	9	42.86	13	56.52	23	38.98
มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	7	18.42	6	18.75	2	7.41	0	0.00	2	8.70	6	10.17

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 38 ราย รายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท จำนวน 32 ราย

รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 27 ราย รายได้เฉลี่ย 15,001 -20,000 บาท จำนวน 21 ราย รายได้เฉลี่ย 20,001 -25,000 บาท จำนวน 23 ราย และรายได้เฉลี่ยมากกว่า
25,000 บาท จำนวน 59 ราย

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 86.84 รองลงมาได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 55.26 และมีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 75.00 รองลงมาได้แก่ มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 65.63 และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มากที่สุด ร้อยละ 70.37 รองลงมาได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย และบริการดี และให้โอกาสลูกค้าเลือกตามชอบ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 55.56 และมีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 48.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 52.38 และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 47.62 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มากที่สุด ร้อยละ 73.91 รองลงมาได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย และบริการดี และให้โอกาสลูกค้าเลือกตามชอบ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 56.52 และมีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 43.48 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ร้อยละ 79.66 รองลงมาได้แก่ มีชนิดสินค้าที่หลากหลาย ร้อยละ 61.02 และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง ร้อยละ 59.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000		5,000 – 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 – 25,000		มากกว่า 25,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท	9	23.68	8	25.00	1	3.70	2	9.52	4	17.39	14	23.73
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	24	63.16	16	50.00	23	85.19	11	52.38	13	56.52	39	66.10

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 38 ราย รายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท จำนวน 32 ราย

รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 27 ราย รายได้เฉลี่ย 15,001 -20,000 บาท จำนวน 21 ราย รายได้เฉลี่ย 20,001 -25,000 บาท จำนวน 23 ราย และรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 59 ราย

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 63.16 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 23.68 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 85.19 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 3.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 52.38 รองลงมา ได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 9.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 56.52 รองลงมา ได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 17.39 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ร้อยละ 66.10 รองลงมาได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท ร้อยละ 23.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000		5,000 – 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 – 25,000		มากกว่า 25,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีที่จอดรถสะดวก	7	18.42	6	18.75	11	40.74	5	23.81	4	17.39	20	33.90
ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวก ซื้อ	21	55.26	24	75.00	22	81.48	18	85.71	14	60.87	39	66.10
มีความสะอาด สวยงาม	25	65.79	18	56.25	11	40.74	8	38.10	13	56.52	34	57.63
บรรยากาศการตกแต่งร้าน เหมาะสม	13	34.21	9	28.13	7	25.93	6	28.57	7	30.43	26	44.07
มีผู้เชี่ยวชาญความสดใหม่	19	50.00	17	53.13	14	51.85	6	28.57	14	60.87	32	54.24
มีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่ นำมาทำน้ำผลไม้	19	50.00	12	37.50	15	55.56	13	61.90	12	52.17	32	54.24

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 38 ราย รายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท จำนวน 32 ราย รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 27 ราย รายได้เฉลี่ย 15,001 -20,000 บาท จำนวน 21 ราย รายได้เฉลี่ย 20,001 -25,000 บาท จำนวน 23 ราย และรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 59 ราย

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม มากที่สุด ร้อยละ 65.79 รองลงมาได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ ร้อยละ 55.26 และมีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 75.00 รองลงมาได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 56.25 และมีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ ร้อยละ 53.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 81.48 รองลงมาได้แก่ มีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ ร้อยละ 55.56 และมีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ ร้อยละ 51.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 85.71 รองลงมาได้แก่ มีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ ร้อยละ 61.90 และมีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 38.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ และมีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด ร้อยละ 60.87 รองลงมาได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 56.52 และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ ร้อยละ 52.17 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ร้อยละ 66.10 รองลงมาได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม ร้อยละ 57.63 และมีตู้แช่ที่รักษาความสดใหม่ และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 54.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000		5,000 – 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 – 25,000		มากกว่า 25,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการรับสมัครสมาชิกร้าน ที่ ได้รับสิทธิส่วนลด	10	26.32	10	31.25	10	37.04	7	33.33	10	43.48	17	28.81
มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า	17	44.74	16	50.00	14	51.85	7	33.33	6	26.09	18	30.51
มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ ด้านสุขภาพจากน้ำผักและ ผลไม้	23	60.53	19	59.38	18	66.67	15	71.43	16	69.56	41	69.49
มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ	23	60.53	15	46.88	10	37.04	7	33.33	11	47.83	34	57.63

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 38 ราย รายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท จำนวน 32 ราย

รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 27 ราย รายได้เฉลี่ย 15,001 -20,000 บาท จำนวน 21 ราย รายได้เฉลี่ย 20,001 -25,000 บาท จำนวน 23 ราย และรายได้เฉลี่ยมากกว่า
25,000 บาท จำนวน 59 ราย

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ และโปรโมชั่นในช่วงเวลาพิเศษ มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด ร้อยละ 60.53 รองลงมาได้แก่ มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 44.74 และมีการรับสมัครสมาชิกร้านที่ได้รับสิทธิส่วนลด ร้อยละ 26.32 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 59.38 รองลงมาได้แก่ มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 50.00 และมีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 46.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า ร้อยละ 51.85 มีการรับสมัครสมาชิกร้านที่ได้รับสิทธิส่วนลดและมีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 37.04 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 71.43 รองลงมาได้แก่ มีการรับสมัครสมาชิกร้านที่ได้รับสิทธิส่วนลด มีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า และมีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 69.56 รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 47.83 และมีการรับสมัครสมาชิกร้านที่ได้รับสิทธิส่วนลดร้อยละ 43.48 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ร้อยละ 69.49 รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ ร้อยละ 57.63 และมี

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000 บ		5,000 – 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 – 25,000		มากกว่า 25,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของ สินค้า	35	92.11	29	90.63	25	92.59	20	95.24	20	86.96	56	94.92
ด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า	18	47.37	10	31.25	13	48.15	12	57.14	13	56.52	29	49.15
ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม	30	78.95	25	78.12	21	77.78	18	85.71	20	86.96	46	77.97
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	3	7.89	2	6.25	3	11.11	0	0.00	1	4.35	2	3.39

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 38 ราย รายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 บาท จำนวน 32 ราย

รายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 27 ราย รายได้เฉลี่ย 15,001 -20,000 บาท จำนวน 21 ราย รายได้เฉลี่ย 20,001 -25,000 บาท จำนวน 23 ราย และรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 59 ราย

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 92.11 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 78.95 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 47.37 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 90.63 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 78.12 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 31.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 92.59 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 77.78 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 48.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 95.24 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 85.71 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 57.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001-25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า และด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 86.96 รองลงมาได้แก่ ด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 56.52 และด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก ร้อยละ 4.35 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 94.92 รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร้อยละ 77.97 และด้านราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 49.15 ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถประมวลผล การศึกษาได้ดังนี้

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าร้านจำหน่ายน้ำผัก และผลไม้สดพร้อมดื่มควรปรับราคาให้เหมาะสมกับปริมาณ และคุณภาพโดยไม่แพงมากเกินไป มีอัตราราคาที่เหมาะสมกับร้านค้าทุกร้าน มีการกำหนดราคาตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ และควรมีราคา เท่ากับร้านค้าภายนอก

ด้านรสชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าร้านจำหน่ายน้ำ ผักและผลไม้สดพร้อมดื่มควรมีรสชาติดี เป็นธรรมชาติ อร่อย สด เพิ่มความเข้มข้นของเนื้อผลไม้ ถูกลปาก หอมหวานกลมกล่อม สดชื่นเมื่อได้ดื่ม คั้นสดไม่เกิน 15 นาที ไม่ปรุงแต่งมากนัก ไม่หวาน จนเกินไป ได้รสชาติของผักและผลไม้ 100% ควรมีมาตรฐานสม่ำเสมอ ใช้ผักผลไม้สดใหม่ทุกวัน และปรุงแต่งให้ผู้ที่ไม่สามารถทานผักและผลไม้บางชนิดได้ ให้สามารถทานได้และชอบทั้งรสและ กลิ่น

ด้านความสะอาดและปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ว่าร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มควรดูแลความสะอาดเสมอ ผ่านการตรวจจากกรม อนามัย กระทรวงสาธารณสุข โครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อย หรือตรวจสอบมาตรฐานเป็น ระยะมีการรับประกันคุณภาพควรใส่ถุงมือเวลาปอกผลไม้ ใช้ผักและผลไม้ปลอดสารพิษและสาร เคมี อุปกรณ์ควรล้างให้สะอาด เช่น เครื่องปั่น ภาชนะที่ใส่ สะอาด มีฝาปิดแก้ว หลอดดูด และน้ำแข็งก็ควรสะอาด ถูกสุขอนามัย

ด้านคุณลักษณะ / ส่วนผสม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มควรมีผัก ผลไม้ที่หลากหลายเหมาะสำหรับลูกค้าหลายๆ วัย เน้นความเป็นธรรมชาติ ไม่ควรเติมสารปรุงแต่งมากเกินไป มีส่วนผสมของผลไม้มากกว่าน้ำตาล หรือน้ำ ไม่นำสิ่งที่เป็นพิษ เช่น พลาสติก ภาชนะ หรือ ส่วนผสมสารที่มีผลเสียต่อร่างกาย หรือสาร กันบูดเจือปน และมีให้เลือกหลายแบบ หรือทางร้านจะจัดเป็นชุดให้ลูกค้าเลือก

ด้านกลิ่นรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าร้านจำหน่ายน้ำ ผักและผลไม้สดพร้อมดื่มควรปรับให้มีรส และกลิ่นที่ไม่รุนแรงเกินไป กลิ่นสดคงกลิ่นธรรมชาติ ไม่ควรแต่งกลิ่นเลียนตามธรรมชาติ อร่อยเข้มข้น ไม่จืดจางหอมหวาน ทานง่าย ไม่ค่อยเลี่ยน หรือ รสชาติออกเปรี้ยวอมหวาน จะทำให้ทานง่าย และสดชื่น ควรรักษาคุณภาพของกลิ่นและรสชาติให้ ผิดเพี้ยน บางชนิดอาจมีกลิ่นเหม็นเขียว แต่ก็ยังเป็นธรรมชาติของผักผลไม้ชนิดนั้นๆ

ด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มควรให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์กับผู้บริโภค สามารถให้คำแนะนำได้ว่าผลไม้ชนิดใดให้คุณค่าอะไร เพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าได้รับคุณค่าอะไรและมากน้อยอย่างไรบ้าง และควรเพิ่มสารอาหารหรือแร่ธาตุที่ร่างกายต้องการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved