

## บทที่ 5

### สรุปการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษารุ่นนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ทำการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าจากร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ในห้างสรรพสินค้า เช่น ทรูสแอร์พอร์ต พลาซ่า อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 ร้าน จำนวน 200 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และนำเสนอข้อค้นพบ รวมทั้งข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นิยมชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เป็นประชากรศึกษามีความชอบบริโภคเท่าๆ กัน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าเป็นลำดับ เพราะเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อสุขภาพ และสามารถค้นคว้าหาข้อมูลได้ง่ายจากหลายๆ ด้าน เช่น วารสาร เว็บไซต์

สรุปผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตามทฤษฎี 6 Ws 1H

จากผลการศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ดังนี้

โดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเลือกชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มจากร้านค้าที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า มากที่สุด โดยมีปัจจัยในการเลือกชื้อ เพราะมีความสะดวกของผักและผลไม้มากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกและปลอดภัย และมีรสชาติถูกปาก ซึ่งส่วนใหญ่เลือกส่วนผสมที่นิยมมากที่สุดคือ ส้มเขียวหวาน แดงโม และแครอท ตามลำดับ เหตุผลในการเลือกชื้อเป็นเพราะดื่มแล้วมีผลดีต่อสุขภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้นิยมชอบและเลือกทาน

อาหารที่มีคุณค่าประโยชน์สูงอยู่แล้ว ดังนั้น เครื่องดื่มที่มีคุณประโยชน์สูงจึงมีอิทธิพลสูงในการเลือกและตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง สำหรับวันที่เลือกซื้อจะไม่แน่นอนแล้วแต่ความสะดวกในช่วงวันจันทร์ - ศุกร์ และสถานที่ที่นอกจากซื้อในห้างสรรพสินค้าแล้ว ยังเคยซื้อจากร้านค้าทั่วไปและรองลงมาคือ ตลาดสด ซึ่งมีเหตุผลในการเลือกซื้อมากที่สุด เพราะอยู่ใกล้บ้าน สะดวกซื้อ ส่วนด้านสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า มากที่สุด คือ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ และระดับราคาที่เหมาะสมอยู่ในช่วง 20 - 25 บาท ซึ่งเป็นราคาที่เหมาะสมที่สุดในภาวะค่าครองชีพปัจจุบัน ร้านจำหน่ายที่มีในห้างสรรพสินค้าปัจจุบันมีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า หากต้องการให้มีร้านจำหน่ายเพิ่มเติมจากแหล่งจำหน่ายเดิม ควรจะมีร้านจำหน่ายในสถานศึกษามากที่สุด ซึ่งสามารถสนองความต้องการตามกระแสของสังคม ที่หันมานิยมอาหารและเครื่องดื่มที่ดี มีคุณค่าต่อสุขภาพ หากสถานศึกษามีมาก ซึ่งสามารถทำให้นักเรียน นักศึกษา มีโอกาสได้เลือกซื้อมากยิ่งขึ้น เพื่อทดแทนเครื่องดื่มอื่น เช่น น้ำอัดลม น้ำหวาน ไอศกรีม เป็นต้น

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพราะสินค้ามีความสด สะอาด และถูกหลักอนามัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และมีผักและผลไม้ให้เลือกผสมหลากหลายชนิดตามความชอบ

ปัจจัยด้านราคา (Price) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาในปัจจุบันมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากคือ ร้านค้าตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ รองลงมา มีความสะอาด สวยงาม และมีการจัดวางให้เห็นผลไม้ที่นำมาทำน้ำผลไม้ อย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการมีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ และมีการสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า

สรุปผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวก สะอาด ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มใน  
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ การศึกษา และรายได้)

#### จำแนกตามเพศ

**ปัจจัยในการเลือกซื้อ** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยในการเลือกซื้อ คือ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด

**สื่อโฆษณา** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นตรงกันว่า สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด

**ระดับราคาที่พอใจ** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นตรงกันว่า ระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อ ได้แก่ ราคา 20 – 25 บาท มากที่สุด

**สถานที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่เป็นเพศชาย เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย ได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป มากที่สุด ส่วนเพศหญิง เห็นว่าสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย ได้แก่ สถานการศึกษา มากที่สุด

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ สินค้ามีความสดสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด

**ปัจจัยด้านด้านราคา** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อมากที่สุด

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่เป็นเพศชาย มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ส่วนเพศหญิง มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ มากที่สุด

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุด ของพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มใน  
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	
	ชาย	หญิง
ในการเลือกซื้อ	ความสดของผักและผลไม้	ความสดของผักและผลไม้
สื่อโฆษณา	เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ	เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ
ระดับราคาที่พอใจ	20-25 บาท	20-25 บาท
สถานที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย	หน้าร้านมินิมาร์ท	สถานการศึกษา
ด้านผลิตภัณฑ์	มีความสดสะอาด ถูกหลัก อนามัย	มีความสดสะอาด ถูกหลัก อนามัย
ด้านราคา	เหมาะสมกับคุณภาพ	เหมาะสมกับคุณภาพ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ตั้งอยู่ในที่สะดวกซื้อ	ตั้งอยู่ในที่สะดวกซื้อ
ด้านส่งเสริมการตลาด	มีบริการข้อมูลข่าวสาร ด้านสุขภาพ	มีโปรโมชันเวลาพิเศษ
ส่วนประสมการตลาด	ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสด สะอาด และหลากหลาย	ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสด สะอาด และหลากหลาย

จากตารางที่ 62 โดยภาพรวมของปัจจัยประเด็นสำคัญต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่  
มีความคิดเห็นเหมือนกัน ทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนความคิดเห็นที่ไม่เหมือนกัน เช่น ปัจจัยด้าน  
สถานที่ควรเพิ่มการจำหน่ายเพศชาย ให้ความสำคัญสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย คือ หน้าร้าน  
มินิมาร์ท ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญ คือ สถานที่การศึกษา และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด  
เพศชาย ให้ความสำคัญของการมีบริการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญ  
ของการมีโปรโมชันช่วงเวลาพิเศษ

### จำแนกตามอายุ

**ปัจจัยในการเลือกซื้อ** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีความคิดเห็นตรงกันว่าปัจจัยในการเลือกซื้อ คือ ความสดของผักและผลไม้ ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญด้านความสะดวกและปลอดภัย มากที่สุด และผู้บริโภคที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญด้าน การมีปริมาณที่เหมาะสม มากที่สุด

**สื่อโฆษณา** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นตรงกันว่า สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ได้แก่ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด และอายุ 51-60 ปี มีความคิดเห็นด้าน กระแสนิยม มากที่สุด

**ระดับราคาที่พอใจ** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีความคิดเห็นตรงกันว่า ระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อ ได้แก่ 20 – 25 บาท มากที่สุด ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นว่า ระดับราคาที่พอใจคือ ต่ำกว่า 20 บาท

**สถานที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีความเห็นว่า สถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย ได้แก่ สถานศึกษามากที่สุด ส่วนอายุ 31-40 ปี มีความเห็นว่า สถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย ได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป และ อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่า ควรมีสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย ได้แก่ ตลาดสด

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ สินค้ามีความสดสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด

**ปัจจัยด้านด้านราคา** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท มากที่สุด

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ 51-60 ปี มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ มีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ มากที่สุด

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมชื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี, 51-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า มากที่สุด



จากตารางที่ 63 โดยภาพรวมของปัจจัยประเด็นสำคัญต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นไม่เหมือนกัน ทุกระดับอายุ ส่วนที่ความคิดเห็นเหมือนกัน เช่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือต้องการความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย และปัจจัยส่วนประสมการตลาด

### จำแนกตามการศึกษา

**ปัจจัยในการเลือกซื้อ** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ ความสำคัญตรงกันด้านปัจจัยในการเลือกซื้อ ได้แก่ ความสดของผักและผลไม้ มากที่สุด

**สื่อโฆษณา** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อม ดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและสูงกว่า มีความคิดเห็น ตรงกันว่า สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด

**ระดับราคาที่พอใจ** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่น พร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นว่าระดับราคาที่ พอใจเลือกซื้อ คือ ต่ำกว่า 20 บาท มากที่สุด ส่วนระดับปริญญาตรีและสูงกว่า มีความคิดเห็นว่า ระดับราคาที่พอใจเลือกซื้อ คือ 20-25 บาท มากที่สุด

**สถานที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและ ผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและ สูงกว่า มีความเห็นตรงกันว่า สถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย ได้แก่ สถานศึกษา มากที่สุด

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สด ปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและสูงกว่า มี ความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ สินค้ามีความสดสะอาด ถูก หลักอนามัย มากที่สุด

**ปัจจัยด้านด้านราคา** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สด ปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและสูงกว่า มี ความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มาก ที่สุด

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีการศึกษาระดับต่ำปริญญาตรี ปริญญาตรีและสูงกว่า มีความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีการศึกษาระดับต่ำปริญญาตรี ปริญญาตรีและสูงกว่า มีความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและสูงกว่า มีความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า มากที่สุด

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุด ของพฤติกรรมผู้บริโภค โภชนาผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มใน  
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัย	การศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูงกว่า
ในการเลือกซื้อ	ความสดของผักและผลไม้	ความสดของผักและผลไม้
สื่อโฆษณา	เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ	เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ
ระดับราคาที่พอใจ	ต่ำกว่า 20 บาท	20-25 บาท
สถานที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย	สถานการศึกษา	สถานการศึกษา
ด้านผลิตภัณฑ์	มีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย	มีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย
ด้านราคา	เหมาะสมกับคุณภาพ	เหมาะสมกับคุณภาพ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ตั้งอยู่ในที่สะดวกซื้อ	ตั้งอยู่ในที่สะดวกซื้อ
ด้านส่งเสริมการตลาด	มีบริการข้อมูลข่าวสาร ด้านสุขภาพ	มีบริการข้อมูลข่าวสาร ด้านสุขภาพ
ส่วนประสมการตลาด	ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสด สะอาด และหลากหลาย	ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสด สะอาด และหลากหลาย

จากตารางที่ 64 โดยภาพรวมของปัจจัยประเด็นสำคัญต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่  
มีความคิดเห็นเหมือนกัน ทั้งระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่า ส่วน  
ความคิดเห็นที่ไม่เหมือนกันคือปัจจัยระดับราคาที่พึงพอใจ เช่น ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี  
ให้ความสำคัญระดับราคาที่พอใจที่ต่ำกว่า 20 บาท ส่วนระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ความสำคัญระดับราคาที่พอใจที่ 20-25 บาท

### จำแนกตามรายได้

**ปัจจัยในการเลือกซื้อ** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท มีความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยในการเลือกซื้อ คือ ด้านความสะดวกและปลอดภัย มากที่สุด ส่วนผู้มีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และเฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยในการเลือกซื้อ คือ ด้านความสดของผักและผลไม้มากที่สุด

**สื่อโฆษณา** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และเฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความคิดเห็นตรงกันว่า สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ มากที่สุด

**ระดับราคาที่พอใจ** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นตรงกันว่า ระดับราคาที่พอใจเลือกซื้อ คือ ต่ำกว่า 20 บาท มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และเฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความคิดเห็นว่าระดับราคาที่พอใจเลือกซื้อ คือ 20-25 บาท มากที่สุด

**สถานที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท มีความเห็นตรงกันว่า สถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย ได้แก่ สถานศึกษา มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความเห็นตรงกันว่า สถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่าย ได้แก่ หน้าร้านมินิมาร์ททั่วไป มากที่สุด

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท และเฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ สินค้ามีความสดสะอาด ถูกหลักอนามัย มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มากที่สุด

**ปัจจัยด้านด้านราคา** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และเฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ราคาสูงกว่าร้านค้าทั่วไปไม่เกิน 10 บาท มากที่สุด

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และเฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ มีความสะอาด สวยงาม มากที่สุด

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และเฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ มีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ มากที่สุด

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และเฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความสด สะอาด ความหลากหลายของสินค้า มากที่สุด



จากตารางที่ 65 โดยภาพรวมของปัจจัยประเด็นสำคัญต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นไม่เหมือนกัน ทุกระดับรายได้ ส่วนที่มีความคิดเห็นเหมือนกัน เช่น ปัจจัยด้านสื่อโฆษณา ทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญการได้รับเอกสารความรู้ด้านสุขภาพ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญการส่งเสริมการตลาดด้วยการให้ข้อมูลด้านสุขภาพ และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสด สะอาด และมีความหลากหลาย

### **สรุปผลการศึกษาข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการซื้อน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**

จากการศึกษาข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถประมวลผลการศึกษาดังนี้

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ควรปรับราคาให้เหมาะสมกับปริมาณ (5 ราย) และคุณภาพโดยไม่แพงมากเกินไป (7 ราย) มีอัตราราคาที่เท่ากับร้านค้าทุกร้าน (5 ราย) มีการกำหนดราคาตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ (3 ราย) และควรมีราคาเท่ากับร้านค้าภายนอก (4 ราย)

**ด้านรสชาติ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ควรมีรสชาติดี เป็นธรรมชาติ อร่อย สด (8 ราย) เพิ่มความเข้มข้นของเนื้อผลไม้ (3 ราย) ถูกปาก หอมหวานกลมกล่อม (3 ราย) สดชื่นเมื่อได้ดื่ม คั้นสดไม่เกิน 15 นาที (2 ราย) ไม่ปรุงแต่งมากนัก ไม่หวานมาก ไม่ต้องเติมน้ำตาล (5 ราย) ได้รสชาติของผักและผลไม้ 100% (2 ราย) ต้องมีมาตรฐานสม่ำเสมอ ใช้ผักผลไม้สดใหม่ทุกวัน (3 ราย) และปรับปรุงให้ผู้ที่ไม่สามารถทานผักและผลไม้บางชนิดได้ ให้สามารถทานและชอบทั้งรสและกลิ่น (2 ราย)

**ด้านความสะอาดและปลอดภัย** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ควรดูแลความสะอาดสม่ำเสมอ (12 ราย) ควรผ่านการตรวจจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อย หรือตรวจสอบมาตรฐานเป็นระยะและมีการรับประกันคุณภาพ (4 ราย) ควรใส่ถุงมือเวลาปอกผลไม้ (2 ราย) ใช้ผักและผลไม้ปลอดสารพิษและสารเคมี และควรล้างให้สะอาด (4 ราย) ใช้อุปกรณ์ เช่น เครื่องปั่น ภาชนะที่ใส่ สะอาด มีฉาปิดแก้ว หลอดดูด ควรสะอาดที่สุด และน้ำแข็งก็ควรสะอาดถูกสุขอนามัย (6 ราย)

**ด้านคุณลักษณะ / ส่วนผสม** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ควรมีผักและผลไม้ที่หลากหลาย เหมาะสำหรับลูกค้าหลายๆ วัย (5 ราย) เน้นความเป็นธรรมชาติ ไม่ควรเติมสารปรุงแต่งมากเกินไป มีส่วนผสมของผักและผลไม้มากกว่าน้ำตาลหรือน้ำ (6 ราย) ไม่ควรใช้ส่วนผสมที่มีสารพิษหรือ สารกันบูดมาเจือปน ซึ่งอาจเป็นผลเสียต่อร่างกาย (4 ราย) และมีให้เลือกหลายรูปแบบหรือทางร้านจะจัดเป็นชุดให้ลูกค้าได้เลือก (5 ราย)

**ด้านกลิ่นรส** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ควรปรับให้มีรสและกลิ่นที่ไม่รุนแรงเกินไป คงความสดและกลิ่นของธรรมชาติไม่ควรแต่งกลิ่นเลียนตามธรรมชาติ (2 ราย) อร่อยเข้มข้น ทานง่าย ไม่ค่อยเลี่ยน หรือรสชาติออกเปรี้ยวอมหวาน (2 ราย) ให้ความสดชื่น ควรรักษาคุณภาพของกลิ่นและรส (5 ราย) กลิ่นรสไม่ควรเพี้ยน บางชนิดอาจมีกลิ่นเหม็นเขียว แต่ก็ยังเป็นธรรมชาติของผักผลไม้ชนิดนั้นๆ (2 ราย)

**ด้านอื่นๆ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ควรให้ความรู้กับผู้ใช้ให้รอบรู้อย่างขึ้น และผู้จำหน่ายสามารถให้คำแนะนำลูกค้าว่าผลไม้ชนิดไหนให้คุณค่าอย่างไร เพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าได้รับคุณค่าอะไรและมากน้อยอย่างไรบ้าง (4 ราย) ควรเพิ่มสารอาหารหรือแร่ธาตุที่ร่างกายต้องการ (2 ราย)

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ของ ผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดการประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรม ผู้บริโภค (6Ws 1H) ของ พัชรา ดันติประภา (2547) และทฤษฎีแรงจูงใจ ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2543) มาประยุกต์ปรับใช้ในการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถอภิปรายผล การศึกษาที่เป็นพฤติกรรมการณ์ซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ของผู้บริโภค ที่ใช้เป็นประชากรศึกษา ตามแนวคิดการประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดังนี้

### ใครผู้ในตลาดเป้าหมาย (who?)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ชอบดื่มน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม เป็นเพศชายและเพศหญิงเท่าๆ กัน ซึ่งมีอายุระหว่าง 21-30 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า ซึ่งเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อสุขภาพ และเคยได้รับข้อมูลข่าวสารสุขภาพเกี่ยวกับน้ำผักและผลไม้ทางวารสาร เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์

### ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (what?)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จากร้านจำหน่ายในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด โดยมีปัจจัยในการเลือกซื้อ เพราะมีความสดของผักและผลไม้ มีความสะอาดและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประพิชาร ชนารักษ์ (2542) พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสนใจและนิยมซื้อผักและผลไม้สด และสะท้อนถึงค่านิยมและมีคุณสมบัติที่ดี เช่น ความสด สะอาด ปลอดภัย และมีความแปลกใหม่

### ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ (why?)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกซื้อสินค้าที่มีสินค้าให้เลือกส่วนผสมได้หลากหลาย และสามารถเลือกเองได้ตามชอบ และมีรสชาติถูกปาก ซึ่งผักและผลไม้ที่นิยมมากที่สุด คือ ส้มเขียวหวาน แตงโม และแครอท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กุมุทีนี พัววิบูลย์กิจ (2546) พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อผลไม้สด 100 % หลากหลายชนิด ที่ซื้อทานแล้วมีรสชาติอร่อยและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ และสอดคล้องกับเอกสารเผยแพร่ Business Thai (2548) น้ำผลไม้ที่เน้นรสชาติแบบไทย มีทั้งการนำผลไม้ 2 ชนิดมาปั่นรวมกัน (Twist Juice) และการคั้นน้ำผลไม้แยกจาก จะมีให้เลือกหลากหลายกว่า 10 รายการ เพื่อเป็นทางเลือกแก่ลูกค้า ซึ่งมีความชื่นชอบแตกต่างกัน

### ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (whom?)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ด้วยตนเอง ซึ่งโดยปกติเป็นผู้นิยมชอบและเลือกทานอาหารที่มีคุณค่าสูงอยู่แล้ว เพราะดื่มแล้วมีประโยชน์และผลดีต่อสุขภาพ และได้รับอิทธิพลจากสื่อโฆษณาจากร้านจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า คือ มีเอกสารความรู้ด้านสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กุมุทีนี พัววิบูลย์กิจ (2546) ซึ่งมีความสามารถซื้อสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง การเลือกซื้อได้รับอิทธิพลจากสื่อโฆษณาต่างๆ และตราสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด

### ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (when?)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ไม่สามารถระบุวัน เวลา ได้แน่นอน ดังนั้นจะเลือกซื้อตามแต่สะดวก อยู่ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์

### ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (where?)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มจากร้านจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า เพราะใกล้บ้านและสะดวกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กุมุทีนี พัววิบูลย์กิจ (2546) พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมในสถานที่สะดวกซื้อ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีก และร้านค้าสะดวกซื้อ

### ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (how?)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าแล้ว ยังสามารถหาซื้อได้จากร้านค้าทั่วไปและตลาดสด ซึ่งมีเหตุผลในการเลือกซื้อมากที่สุด เพราะอยู่ใกล้บ้าน สะดวกซื้อ และระดับราคาที่พึงพอใจ 20-25 บาท ซึ่งเป็นราคาที่เหมาะสมที่สุดในปัจจุบัน ร้านจำหน่ายที่มีในห้างสรรพสินค้าปัจจุบันมีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และหากให้มีเพิ่มเติมจากแหล่งจำหน่ายเดิม ควรจะมีร้านจำหน่ายในสถานศึกษามากที่สุด และควรมีเพิ่มเติมบริเวณหน้าร้านมินิมาร์ทและย่านชุมชนหนาแน่น ซึ่งจะเป็นสถานที่หาซื้อได้ง่าย

เมื่อพิจารณาในด้านปัจจัยส่วนประสมตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีความสด สะอาด และถูกหลักอนามัยรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับที่พึงพอใจ 20-25 บาท และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ร้านค้าตั้งอยู่ในที่ที่มีความสะดวกซื้อ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ร้านค้ามีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้ และมีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ

## ข้อค้นพบ

จากการศึกษา พฤติกรรมการซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่ปัจจุบันเพศชายก็ให้ความสนใจต่อสุขภาพมากขึ้น จำนวนใกล้เคียงกับเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-30 ปี และส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ที่สามารถตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ในช่วงวัน เวลาที่สะดวกซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความเห็นด้านราคาว่า ร้านค้าที่จำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ควรให้เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของสินค้า โดยไม่แพงเกินไปหรือควรเท่ากับร้านค้าภายนอก แต่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท – 15,000 บาท เห็นชอบจะเลือกซื้อในราคาที่ต่ำกว่า 20 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและเพศหญิง พบว่า ให้ความสำคัญและพึงพอใจในระดับราคาเดียวกันคือ 20-25 บาท ซึ่งเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ในขณะที่ร้านจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า จำหน่ายในราคา 20-35 บาท

ส่วนผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และผู้มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญและพึงพอใจในระดับราคาที่ต่ำกว่า 20 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และชื่นชอบให้ร้านค้าตกแต่งอย่างสวยงามและมีความสะอาด ในขณะที่ผู้มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเหมือนกัน ที่ร้านค้าควรตั้งอยู่ในที่สะดวกซื้อ หาซื้อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทลงไป พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม คือ สถานการศึกษา ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม คือ บริเวณหน้าร้านมินิมาร์ท

ส่วนกลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือการตกแต่งร้านค้าให้สวยงามและมีความสะอาด ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเหมือนกัน ที่ร้านค้าควรตั้งอยู่ในที่สะดวกซื้อ หาซื้อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดและปลอดภัย จากการใช้ วัตถุประสงค์ที่เป็นผักและผลไม้ รวมทั้งวัสดุ อุปกรณ์และภาชนะที่นำมาใช้ มีความต้องการการรับรอง หรือการตรวจมาตรฐาน จากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านคุณลักษณะและส่วนผสมที่มีความหลากหลาย มีความเข้มข้นของเนื้อผักและผลไม้แท้ 90-100% คงความเป็นธรรมชาติมากที่สุด และสามารถปรุงแต่งรสชาติหรือกลิ่นของผักที่มีความฉุน ให้ลูกค้าสามารถรับประทานได้ ด้วยความ กลมกล่อม สดชื่นเมื่อได้ดื่ม คั้นสดไม่เกิน 15 นาที ไม่ปรุงแต่งมากนัก มีมาตรฐานสม่ำเสมอทั้ง รสและกลิ่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีการบริการ ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญและชื่นชอบการมี โปรโมชันช่วงเวลาพิเศษ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกทานน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มทดแทนน้ำเปล่า ระหว่างการรับประทานอาหาร และเป็นเครื่องดื่มในช่วงเวลาว่าง จึงทำให้ทราบว่า พฤติกรรม ผู้บริโภค ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปจากเดิม ทำให้มีจำนวนผู้บริโภคน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม เพิ่มขึ้นตลอด

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะแก่ผู้สนใจดำเนินธุรกิจน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า สามารถทำได้ เนื่องจากพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้การยอมรับในการเลือกและตัดสินใจซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ด้วยตนเอง ตามกระแสนิยมในปัจจุบันในด้านการดูแลใส่ใจในสุขภาพ สำหรับในห้างสรรพสินค้ายังคงมีร้านจำหน่ายเพิ่มเติมจากเดิมได้ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีเพิ่มมากขึ้นทุกวัน และเพื่อให้เกิดการเปิดร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้าที่จะประสบความสำเร็จได้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจดำเนินธุรกิจดังกล่าว ควรจะให้ความสนใจข้อเสนอแนะต่อไปนี้

### 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากพฤติกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่มีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย ดังนั้นการดำเนินกิจการน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ควรคำนึงถึงการรักษาความสด สะอาดของวัตถุดิบที่ใช้คือผักและผลไม้ ที่สามารถนำมาจัดวางให้เห็นอย่างชัดเจน และผู้ซื้อสามารถเลือกได้ตามความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้รวมทั้งการให้ความสำคัญถึงความสะอาดวัสดุ อุปกรณ์ และภาชนะที่ใส่ เช่น ควรใช้แก้วพลาสติกใสที่มีฝาปิดมิดชิด โดยผู้บริโภคสามารถมองเห็นความสด สะอาดของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการรักษาความสะอาดสถานที่บริเวณรอบๆ ร้านค้า และเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของผู้จำหน่าย ควรมีชุดพนักงาน ผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผม ใส่ถุงมือหยิบและปอกผลไม้ ในการบริการหั่น ตัด ซอย ณ จุดขาย ไม่ควรนานเกิน 10 นาที ผักและผลไม้บางชนิดจำเป็นต้องใส่ตู้แช่เย็นเพื่อรักษาความสดและคุณค่าสารอาหาร

จากพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการความเชื่อมั่นในความสะอาดและปลอดภัยจากการรับประทาน ดังนั้น หากร้านสามารถได้รับการผ่านตรวจจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อย ยิ่งเพิ่มความมั่นใจและเชื่อเลือกร้านค้ามากยิ่งขึ้น

### 2. ปัจจัยด้านราคา

จากพฤติกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พึงพอใจในระดับราคาปัจจุบัน 20-25 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางถึงค่อนข้างสูง เห็นว่าเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ แต่สำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางถึงค่อนข้างต่ำ และเป็นกลุ่มผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มผู้มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป ยังให้ความสำคัญของราคาที่ต่ำกว่า 20 บาท ดังนั้น ควรมีป้ายราคาติดแสดงไว้อย่างชัดเจนในหลายระดับตามขนาดบรรจุภัณฑ์ หรือตามความหลากหลายในการเลือกส่วนผสมของผักและผลไม้ที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสได้เลือกซื้อและตัดสินใจซื้อได้ง่ายมากขึ้น

### 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากพฤติกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อร้านจำหน่าย ควรตั้งอยู่ที่มีความสะดวกซื้อ ร้านจำหน่ายอยู่บริเวณสถานที่กลุ่มอาหารหรือเครื่องดื่มที่หาได้ง่าย มีที่จอดรถสะดวกเพียงพอและมีการจัดบริการพนักงานรักษาความปลอดภัย เพื่อคอยอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค การตกแต่งร้านควรให้สะอาดและสวยงาม สามารถมองเห็นผักและผลไม้ได้อย่างชัดเจน มีบรรยากาศดึงดูดความสนใจด้วยสีส้มของผักและผลไม้ ทำเลร้านควรอยู่ในที่โล่งไม่แออัดเกินไป เช่น ร้านค้าห้วมุมที่สามารถตกแต่งได้หลายด้าน มองเห็นชัดเจนแต่ไกล

### 4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

จากพฤติกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อการที่ผู้จำหน่ายที่มีบริการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ และมีโปรโมชั่นในช่วงเวลาพิเศษ หรือสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังให้ความสนใจต่อสื่อโฆษณา ดังนั้น ร้านค้าสามารถกำหนดกลยุทธ์จากการโฆษณาได้หลายด้าน เช่น

การให้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยมีการแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ ป้ายโฆษณาหรือรูปถ่ายที่บอกคุณลักษณะและประโยชน์ของผักและผลไม้ ภายในร้าน โฆษณาร้านค้าในหนังสือจุลสาร ตู้ไฟโฆษณา และ VDO Wall ของห้างสรรพสินค้า แสดงป้ายรับรองมาตรฐานผ่านการตรวจจากกรมอนามัย โครงการอาหารสะอาด หรือสัญลักษณ์ของบุคคลที่เป็นนักชิมที่มีชื่อเสียงด้านอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจแก่ผู้บริโภค

การจัดมีโปรโมชั่นช่วงเวลาพิเศษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญและชื่นชอบมากกว่าเพศชาย ดังนั้น ควรจัดให้มีกิจกรรมสร้างสรรค์ในช่วงเทศกาลต่างๆ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ และเพื่อเป็นการส่งเสริมด้านสุขภาพแก่ผู้บริโภค โดยการลดราคา สะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า และแถมให้ชิมการทำสูตรใหม่ หรือรับสมัครการเป็นสมาชิกประจำเพื่อรับสิทธิพิเศษอย่างต่อเนื่อง เช่น ของชำร่วย สิทธิการเข้ารับอบรม สัมมนา การเสริมความรู้ด้านสุขภาพ เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจเพิ่มมากขึ้น

จากการปรับกลยุทธ์ทุกด้านให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และสร้างโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของร้านให้ลูกค้าสามารถจดจำได้ ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจ ทำให้เกิดความประทับใจในสินค้าและบริการ และสามารถเป็นลูกค้าที่มีความภักดีในการซื้อซ้ำในสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ ถึงแม้ราคาจะสูงมากขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับร้านจำหน่ายอื่นที่มีชื่อเสียงได้มากยิ่งขึ้น