

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้บริโภค จำนวน 200 ราย จำแนกเพศชาย 100 ราย และเพศหญิง 100 ราย ผลการศึกษามีดังนี้

โดยภาพรวมกลุ่มลูกค้าที่นิยมซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่เป็นประชากรศึกษามีความชอบบริโภคเท่าๆ กัน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เพราะเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อสุขภาพ และสามารถค้นคว้าหาข้อมูลได้ง่ายจากหลายๆ ด้าน เช่น วารสาร เว็บไซต์

ผู้บริโภคน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อจากร้านค้าที่อยู่ในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด โดยมีปัจจัยในการเลือกซื้อ เพราะมีความสดของผักและผลไม้ มีความสะอาดและปลอดภัย และมีรสชาติถูกปาก ซึ่งส่วนใหญ่เลือกส่วนผสมที่นิยมมากที่สุดคือ ส้ม แอปเปิ้ล และแครอท และเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า เพราะดื่มแล้วมีผลดีต่อสุขภาพ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภค เป็นผู้นิยมชอบและเลือกทานอาหารที่มีคุณค่าสูงอยู่แล้ว จึงมีอิทธิพลสูงในการเลือกซื้อและตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง สำหรับวันที่เลือกซื้อจะไม่แน่นอนแล้วแต่ความสะดวก และอยู่ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ และสถานที่ที่นอกจากซื้อในห้างสรรพสินค้าแล้วยังเคยซื้อจากร้านค้าทั่วไปและตลาดสด ซึ่งมีเหตุผลในการเลือกซื้อมากที่สุด เพราะมีความสดของผักและผลไม้ ส่วนด้านสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คือ เอกสารความรู้ด้านสุขภาพ และระดับราคาที่พึงพอใจ 20-25 บาท ซึ่งเป็นราคาที่เหมาะสมที่สุดในปัจจุบัน ร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม ที่มีในห้างสรรพสินค้าปัจจุบันมีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และควรให้มีเพิ่มเติมจากแหล่งจำหน่ายเดิม ควรจะมีร้านจำหน่ายในสถานศึกษามากที่สุด ซึ่งสามารถสนองความต้องการตามกระแสของสังคม ที่หันมานิยมอาหารและเครื่องดื่มที่ดี มีคุณค่าต่อสุขภาพ หากสถานศึกษามีมาก ก็สามารถทำให้นักเรียน นักศึกษา มีโอกาสได้เลือกซื้อมากยิ่งขึ้น เพื่อทดแทนเครื่องดื่มอื่นๆ เช่น น้ำอัดลม น้ำหวาน ไอศกรีม เป็นต้น

ปัจจัยส่วนประสมตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า สรุปได้ว่าทุกปัจจัยมีผลในระดับมาก สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีความสด สะอาด และถูกหลักอนามัย ปัจจัยด้านราคา ราคาในปัจจุบันมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ร้านค้าตั้งอยู่ในที่มีความสะดวกซื้อ และมีความสะอาด สวยงาม และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการบริการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากน้ำผักและผลไม้อย่างสม่ำเสมอ

The objective of this study was to study consumer behavior towards purchasing blended fresh vegetable and fruit juices in department stores in Mueang District, Chiang Mai Province. The data was collected from questionnaires distributed 200 samples; 100 males and 100 females. The results of this study were as follows:

In general, male consumers liked towards purchasing blended fresh vegetable and fruit juices in department stores as much as female consumers. Most were company employees, 21-30 years old with salary of 25,000 baht or more. Most held Bachelor's degree or higher and thus were interested in health and could easily find health information, for example from magazines and the website internet.

Most questionnaire respondents preferred to buy towards purchasing blended fresh vegetable and fruit juices at department stores. The factors that influenced buying decision were freshness of vegetables and fruits, cleanliness, safety and taste. The most preferred recipe was tangerine, water melon and carrot. The most important reason for buying was for health because most respondents usually preferred to eat and choose high-nutrition foods. They made their own buying decision. As to days of purchase, it varied for convenience reason but tend to fall on Monday-Friday. Apart from buying from department stores, they sometimes bought towards purchasing blended fresh vegetable and fruit juices from other shops and at open fresh markets. The most reason that influenced their buying decision was freshness. The advertisement factors which influenced buying decision the most were the availability of health brochure and satisfying price, 20-25 baht, which they thought was the most appropriate prices at present. They felt that at the moment there were enough towards purchasing blended fresh vegetable and fruit juices outlets in departments stores but also felt that there should be more. They felt that there should be more outlets in educational institutions the most, so that it responded to health trend in consumption behaviors. If educational institutions offered towards purchasing blended fresh vegetable and fruit juices outlets, students would have more chance to consume nutritious drinks instead of soda pops, ice creams, etc.

As for mixed marketing factors that influenced buying decision of towards purchasing blended fresh vegetable and fruit juices customers, it was concluded that every factor influenced it at the high level. For product, the important factors were freshness, cleanliness, and sanitation. For price, the important factor was reasonable price. For place, the important factors were convenient location of shop, cleanliness, and nice physical appearance. Finally for marketing promotion, the important factor was the availability of regular health information on vegetable and fruit juices.