

พฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Behaviors consumption of fruit and vegetable juices for healthy of consumers in hatyai, songkhla.

พรรณรัตน์ อารักษ์คุณากร¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ (2) ศึกษา
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของ
ผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือกลุ่มประชาชนในเขต
เทศบาลนครหาดใหญ่ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยการ
ใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่
การให้สถิติทดสอบค่าความสัมพันธ์ Chi-square

ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้ (1.)การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ส่วนใหญ่บริโภค
น้ำผักผลไม้ สูตรวิตามิน เหตุผลที่เลือกซื้อส่วนใหญ่เพื่อในการบำรุงสุขภาพ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่ราคา 21 – 30
บาท เลือกซื้อจากร้านสะดวกซื้อ ประเภทของน้ำผักผลไม้ที่เลือกซื้อน้ำผักและน้ำผลไม้คั้นสดๆ ซื้อมเอง ค่านึงถึงยี่ห้อ
รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง การทราบข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต (2.)การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตที่
เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คนส่วนใหญ่มีรูปแบบ
การดำเนินชีวิตที่เกี่ยวกับสุขภาพ ในด้านของการเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม , กิจกรรมบันเทิง เพื่อความ
คลายเครียด ,ดูแลสุขภาพมากขึ้น และประเภทเครื่องดื่มสุขภาพที่มีความสนใจมากขึ้น ยกเว้นอ่านหนังสือเกี่ยวกับสุขภาพ ,
การพบแพทย์เมื่อมีอาการป่วย ,การชมงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ และจากสื่อโทรทัศน์ต่างๆ อยู่ในระดับปาน
กลาง ส่วนที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจน้อยที่สุด คือ การเล่นโยคะ อยู่ในระดับน้อย (3.)การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง
ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคเรื่องเพศ สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำผัก
ผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ยกเว้นปัจจัยเรื่องอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
บริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ (4.)การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับ
สุขภาพกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านราคา ยกเว้นด้านสถานที่ ประเภท
ของน้ำผักผลไม้ การซื้อดื่มเอง ยี่ห้อ บรรจุภัณฑ์ ข้อมูลข่าวสาร

*บทความนี้เรียบเรียงจากงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขต
เทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งได้ผ่านการสอบป้องกันงานวิจัยเรียบร้อยแล้ว

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

This study aims to (1) study Hatyai citizen behavior on consuming readymade fruit and vegetable juice, (2) study Hatyai citizen life style that affect the decision making of buying readymade fruit and vegetable juice. The respondents are 400 of Hatyai citizen. Questionnaire is used to collect quantitative data. Descriptive Statistics such as chi-square, mean, frequency, percentage etc. are used to analyze the data.

Conclusion (1) Most of the respondents consume readymade fruit and vegetable juice with extra vitamin with reason of health benefit. Average spending each time on readymade fruit and vegetable juice is 21-20 baht. Convenient store is the most popular channel place to buy the juice. Type, brand and appearance of the product are concerned among consumer. Most of consumer buy the juice for themselves and receive the advertisement from the internet. (2) The relationship between health lifestyle and consumer decision making is moderate. Most of people tend to involve more in activity related to health such as buying product taking care of beauty and health, entertainment to release stress and healthy drink. In moderate level, some of consumer in Hatyai involve in reading health related book, seeing doctor, visiting product trade fair and watching television. Least attracting activity is yoga. (3) Some of personal characteristics have relationship to juice consuming behavior such as gender and marital status. However, age, education and occupation and income level have no relationship to juice consuming behavior. (4) Relationship between health related lifestyle and consumer behaviors reveals that price has relationship to consumer behaviors. However, place, type of juice, brand, packaging and advertisement has no relationship to consumer behaviors.

บทนำ

พฤติกรรมในการเอาใจใส่สุขภาพยังเป็นกระแสหลักในสังคมไทย ผู้บริโภคยังคงแสวงหาสิ่งที่ดีและมีคุณประโยชน์ต่อสุขภาพและร่างกาย เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะน้ำผลไม้แท้ 100 % ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ตลาดน้ำผลไม้แท้ 100 % มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยแล้วสูงราวร้อยละ 12.9 ต่อปี โดยปี 2557 มีมูลค่า 3,902 ล้านบาท ขณะที่ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มโดยรวมมีมูลค่าสูงราว 14,119 ล้านบาท ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8.7 ต่อปี ในปี พ.ศ. 2559 คาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดน้ำผลไม้ของไทยจะอยู่ที่ 14,000 ล้านบาท หรือสูงขึ้น 5% จากปีก่อนหน้า โดยกลุ่มน้ำผลไม้แท้พรีเมียม 100% จะยังคงโตต่อเนื่องที่ 6% ด้วยมูลค่าตลาดกว่า 5,000 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นอันดับหนึ่งในอาเซียนในแง่ของปริมาณการบริโภค โดยปัจจัยหลักที่ส่งผลให้น้ำผลไม้แท้ 100% เติบโตในไทย มาจากนวัตกรรมการผลิตที่ก้าวหน้าและเทรนด์รักสุขภาพ เห็นได้ชัดจากความนิยมในการดื่มน้ำมะพร้าวและน้ำมะเขือเทศที่เพิ่มขึ้นในไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยน้ำมะเขือเทศมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 50 ต่อปี ในช่วงสามปีที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นรสดั้งเดิม และรสชาติใหม่ที่มีการผสมผลไม้ชนิดอื่นเข้าไป นอกจากกระแสความใส่ใจสุขภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มเติบโตขึ้น ผู้ประกอบการได้มีการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้เพื่อกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่องด้วย เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างหลากหลายทั้งตัวผลิตภัณฑ์เองและบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น

ประโยชน์ของการดื่มน้ำผักและผลไม้สด ประโยชน์สำคัญที่สุดของน้ำผักผลไม้สด คือ ปริมาณและความหลากหลายของวิตามิน เกลือแร่ โฟโตนิวเทรียนส์ (phytonutrients) หรือสารอาหารที่มีในพืช และเอนไซม์ในผัก ผลไม้ ซึ่งล้วนเป็นพื้นฐานสู่การมีสุขภาพดี ผลวิจัยล่าสุดทางการแพทย์สอดคล้องกับความเชื่อที่ว่า สารอาหารที่มีในผักผลไม้ เป็นกุญแจป้องกันโรคอันเกิดจากความเสื่อมของร่างกายได้หลายโรค เพราะสารเหล่านี้ช่วยขจัดสารพิษในร่างกาย ลดระดับคอเลสเตอรอลในเลือดและต่อต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งเป็นโมเลกุลที่ทำลายเซลล์และเป็นเหตุของการแก่ก่อนวัย การปรุงผักสุกจะทำลายเอนไซม์สำคัญจำนวนมาก เอนไซม์เหล่านี้ ในกระบวนการเผาผลาญ การย่อยและการดูดซึมสารอาหารแล้วเปลี่ยนสารอาหารเป็นเนื้อเยื่อ และสร้างพลังงาน ดังนั้น ผักผลไม้ส่วนใหญ่ควรบริโภคสดดีกว่าเพราะสารอาหารอยู่ในรูปที่ร่างกายดูดซึมไปใช้ประโยชน์ได้ง่าย การดื่มน้ำผักและผลไม้สดก็เย็นนั้นดีกว่าการบริโภคผักและผลไม้โดยตรงถึง 4 เท่า เนื่องจากใช้เวลาดูดซึมเพียงแค่ 15 นาที ในขณะที่การบริโภคผักและผลไม้โดยตรงนั้นใช้เวลาดูดซึมถึง 4 ชั่วโมง และการบั่นช่วยแยกกากใยอาหารที่ร่างกายย่อยไม่ได้ออกไป ทำให้สารอาหารเข้าสู่ร่างกายได้เร็วกว่าและปริมาณมากกว่านอกจากนี้การคั้นยังช่วยสกัดสารอาหารสำคัญๆ จากเมล็ดและใยของผักผลไม้หลายชนิดออกมาได้ด้วย (ไคเรน กาลา,2553)

เทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นับเป็นพื้นที่หนึ่งที่สามารถเห็นการพัฒนาการดังกล่าวได้อย่างชัดเจน ทำให้ตลาดน้ำผักผลไม้พร้อมดื่ม มีการเติบโตเป็นอย่างมาก ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดของผู้ผลิตค่อนข้างรุนแรงตามไปด้วย ดังนั้นจึงเห็นได้จากการวางจำหน่ายน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเป็นจำนวนมากทั้งในร้านค้าปลีกขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงให้กับผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจด้านนี้ทั้งในส่วนของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย รวมถึงผู้ที่กำลังจะเข้ามามีบทบาทในตลาดให้สามารถวางแผนการตลาดได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

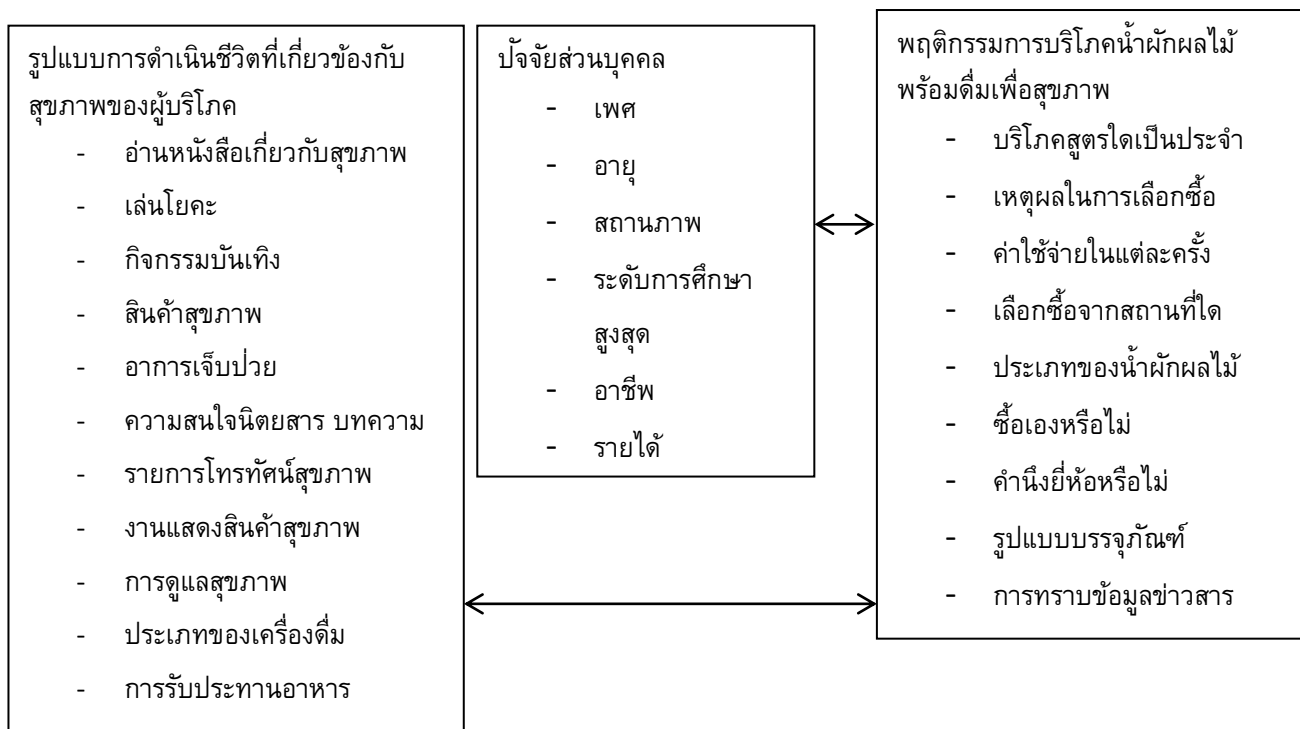
สมมติฐานของการวิจัย

- 1.ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 2.พฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ขอบเขตการวิจัย

- 1.เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้วิธีการสำรวจและตามด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือขอบเขตของการศึกษา โดยใช้กลุ่มประชากรเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน
- 2.ระยะเวลาที่ทำการศึกษา เริ่ม ธันวาคม 2561 - เดือนมกราคม 2562
- 3.สถานที่เก็บข้อมูล นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิด



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 2.ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 3.ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจ เพื่อวางแผนกลยุทธ์ต่อองค์กรได้

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ความหมายของน้ำผักผลไม้ (นิรนาม,2544 อ้างโดยธัญญ์ อริยาติเรก,2554) ได้ให้ความหมายของน้ำผักผลไม้ คือของเหลวที่สกัดได้จากผักและผลไม้ ส่วนที่สามารถบริโภคได้อาจสกัดโดยวิธีบีบคั้นหรือวิธีเชิงกลอื่นๆ โดยทั่วไปน้ำผัก – น้ำผลไม้ที่ได้มักจะมีองค์ประกอบของเซลล์ที่เป็นคอลลอยด์กระจายอยู่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะเนื้อเยื่อของผักผลไม้ โดยผ่านกรรมวิธีการระเหยน้ำออกจนเข้มข้น แล้วนำมาเจือจางภายหลังเพื่อรักษาคุณภาพและองค์ประกอบที่สำคัญไว้ แล้วบรรจุลงภาชนะ ต้องผ่านกรรมวิธีการถนอมอาหาร ตามมาตรฐานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.)

แนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) James F. Engel และคณะ (อ้างถึงใน อุดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2539) ได้ให้นิยามรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า เป็นวิถีที่คนมีชีวิตรอยู่หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบที่บุคคลดำรงชีพและใช้จ่ายเวลาและใช้จ่ายเงิน

สมจิตร์ ล้วนจำเริญ (2532) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นรูปแบบที่ประชาชนได้ใช้ชีวิตและใช้จ่ายเงินและเวลา รูปแบบการดำรงชีวิตมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ ครอบครัว สิ่งสนใจ กลุ่มอ้างอิง ชนทางสังคม วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย เพราะคนเรานั้นเกิดมาต้องใช้ชีวิตที่สัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ ที่อยู่ภายนอกตัว ประกอบกับการใช้ชีวิตที่ได้รับอิทธิพลจากบุคลิกภาพของตน ซึ่งผลักดันให้เกิดรูปแบบของการดำรงชีวิตของตนขึ้นมา ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล

อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) ได้จำแนกรูปแบบการดำเนินชีวิตและใช้จ่ายเวลาและเงิน ออกเป็น 5 ประการดังนี้

1. วิธีที่เราดำรงชีพ (How we live) รับประทานอาหารเข้า ปรงได้รวดเร็ว มีผู้ที่เตรียมอาหารให้
2. สินค้าที่เราซื้อ (Product we buy) วัฒนธรรมในการรับประทานไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนัก แต่สินค้านั้นมีรูปแบบการเสนอขายที่เปลี่ยนแปลง ในปัจจุบันวิธีขายและซื้อเปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้เหมาะกับรูปแบบของการดำเนินชีวิต
3. วิธีการใช้สินค้า (How you use them) จะเห็นว่าสิ่งที่เราซื้อมานั้น อาทิ อาหารสำเร็จรูปก็สามารถปรุงได้ทันทีโดยเตาไมโครเวฟ กล่าวได้ว่าการใช้สินค้าที่ซื้อมานั้น มันมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น
4. มองสินค้าอย่างไร (What do you think about them) สินค้าถูกมองว่า นำไปใช้เพื่อผ่อนคลายทำให้ประหยัดเวลาได้

5. รูปแบบของการใช้ชีวิตนั้น จะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่หลากหลาย คือรูปแบบของการใช้ชีวิตในแต่ละบุคคลนั้นจะถูกฝังอยู่แน่น ซึ่งได้รับการสร้างและขัดเกลา ด้วยการปฏิบัติต่อกันในทางสังคม (Social-inter-action) เมื่อบุคคลนั้นผ่านแต่ละขั้นตอนในวงจรชีวิต ดังนั้น รูปแบบของการใช้ชีวิตจึงได้รับอิทธิพลของปัจจัยมากมาย อาทิ กลุ่มอ้างอิง วัฒนธรรมชั้นครอบครัวทางสังคม สถานการณ์ ทศนคติ ความต้องการ และลักษณะส่วนบุคคล (Individual Characteristics) ฯลฯ ซึ่งเมื่อปัจจัยเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไป รูปแบบของการใช้ชีวิตก็จะเปลี่ยนไปด้วย

กล่าวสรุปคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นจำแนกได้ คือ วิธีการดำรงชีพ สินค้าที่เราซื้อ วิธีการใช้สินค้า การมองสินค้าอย่างไร และรูปแบบของการใช้ชีวิตขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆอีกหลายด้าน ของแต่ละบุคคล เมื่อสินค้าหรือวิธีการนำเสนอขายสินค้าเปลี่ยนไป ปัจจัยต่างๆเปลี่ยนไป ก็ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงด้วย อย่างเช่นเครื่องดื่มประเภทน้ำผักผลไม้รวม 100 % ที่นอกจากจะมีสารอาหารจากผักและผลไม้ ยังเพิ่มสารอาหารอย่างคอลอโรฟิลล์ เข้าไปด้วย แล้วมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ดีง่ายสะดวกสบาย ทำให้ผู้บริโภคเลือกรับคุณค่าจากผักผลไม้ได้ทดแทนจากการรับประทานผักผลไม้ทั่วไป ทำให้การได้รับสารอาหารกลายเป็นเรื่องที่ยง่ายขึ้น

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาเพื่อเข้าใจถึงสาเหตุหรือเหตุผลที่ว่าทำไมผู้บริโภคถึงตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ตัวใดตัวหนึ่งนั้น Kotler and keller (2012) ได้อธิบายถึงการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยอาศัย S-R Theory ว่าเริ่มมาจากสิ่งที่กระตุ้นที่เข้ามาสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคไปสู่กระบวนการทางจิตวิทยา และลักษณะของผู้บริโภคจะส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อและสุดท้ายเกิดการซื้อ

กระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อ (Buying Decision) มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน

1. การรับรู้ความต้องการหรือปัญหา (Problem Recognition) มาจากผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการที่เกิดขึ้นมาจากความจำเป็นของผู้บริโภค
2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อแสวงหาข้อมูลเสร็จแล้ว ผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก โดยจะนำกฎเกณฑ์หรือคุณสมบัติเข้ามาใช้ในการประเมิน
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากประเมินเสร็จก็เข้าสู่ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการตัดสินใจซื้อแล้ว ก็จะต้องทำการสอบถามถึงความพึงพอใจหลังจากการซื้อ เพื่อเปรียบเทียบความรู้สึกที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงตรงกับสิ่งที่คาดหวัง หรือสูงกว่า ผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจในสิ่งนั้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538: 41-42 อ้างถึงใน ปรีชญา เอี่ยมวงศ์ นที, 2557) ว่าข้อมูลด้านประชากรศาสตร์นั้นสามารถทำให้เข้าถึงและก่อให้เกิดการมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายได้ โดยปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นิยมนำมาใช้ในการศึกษาสำหรับการแบ่งส่วนการตลาดตามกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ สถานภาพ และระดับการศึกษา เป็นต้น เพื่อใช้ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ให้กับผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เข้าถึงความต้องการและตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อรุณโรจน์ เอกพนิชย์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้อินทรีย์แบบสกัดเย็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเป็นส่วนสำคัญ และในส่วนของลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศนั้น ก็ส่งผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้อินทรีย์แบบสกัดเย็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้บริโภคที่ซื้อ หรือเคยซื้อน้ำผักผลไม้เพื่อสุขภาพ และอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีจำนวน 29,995 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่าง 95% ที่ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะใช้นัดตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้ 400 ชุด และกำหนดตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเลือกตัวอย่างจากพื้นที่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อเลือกพื้นที่ที่มีประชาชนพักอาศัยอยู่หนาแน่น และเลือกได้ 8 กลุ่มพื้นที่ ได้แก่ บริเวณหลังสนามกีฬาจิระนคร บริเวณถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2 และ 3 บริเวณคอหงส์ บริเวณหาดใหญ่ใน บริเวณตลาดสดพลาซ่า บริเวณโรงเรียนแสงทอง บริเวณประตู 108 และบริเวณถนนแสงศรี โดยจะทำการสุ่มตัวอย่าง พื้นที่ละ 50 ราย รวมจำนวนทั้งหมด 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยทำการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ นำมาเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม มีจำนวน 26 ข้อ โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Closed Ended) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้วิธีตรวจสอบรายการ (Check-List) ในการตั้งคำถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ (Multiple Choices) ลักษณะปลายปิด

ส่วนที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภค เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ คือ ความสนใจมากที่สุด ความสนใจมาก ความสนใจปานกลาง ความสนใจน้อย ความสนใจน้อยที่สุด ตามลำดับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ผลสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ซึ่งถามเกี่ยวกับ “ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม” มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) แล้วนำเสนอในรูปของตารางและความเรียง

2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ซึ่งถามเกี่ยวกับ “พฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ” ของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) แล้วนำเสนอในรูปของตารางและความเรียง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ซึ่งถามเกี่ยวกับ “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภค” โดยตรวจนับคะแนน แล้วนำค่าที่ได้จากแบบสอบถามไปหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตามปัจจัยในแต่ละด้าน และจัดระดับคะแนนโดยใช้เกณฑ์การประเมินตามเกณฑ์ขอบเขตของคะแนนเฉลี่ย ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 ตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ Chi-square

5. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ตามสมมติฐานข้อที่ 2 โดยใช้ Chi-square

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.3 มีอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.7 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 69.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 70.0 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 42.3 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.8

พฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่บริโภคน้ำผักผลไม้ สูตรวิตามิน คิดเป็นร้อยละ 28.0 เหตุผลที่เลือกซื้อส่วนใหญ่เพื่อในการบำรุงสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 38.5 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่ราคา 21 – 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.0 เลือกซื้อจากร้านสะดวกซื้อ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 73.5 ประเภทของน้ำผักผลไม้ที่เลือกซื้อ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อน้ำผักและน้ำผลไม้คั้นสดๆ คิด

เป็นร้อยละ 49.3 คนส่วนใหญ่เลือกซื้อตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 95.8 การเลือกซื้อมักจะคำนึงถึงยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 71.0 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่แบบกล่อง คิดเป็นร้อยละ 76.3 การทราบข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่มาจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 51.0

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์ รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมและรายข้อ พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คนส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวกับสุขภาพ ในด้านของการเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม , กิจกรรมบันเทิง เพื่อความคลายเครียด ,ดูแลสุขภาพมากขึ้น และประเภทเครื่องดื่มสุขภาพที่มีความสนใจมากขึ้น ยกเว้นอ่านหนังสือเกี่ยวกับสุขภาพ , การพบแพทย์เมื่อมีอาการป่วย , การชมงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ และจากสื่อโทรทัศน์ต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจน้อยที่สุด คือ การเล่นโยคะ อยู่ในระดับน้อย

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และการวิจัยครั้งต่อไป

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. การสร้างภาพลักษณ์ และสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของน้ำผักผลไม้ รวมถึงความปลอดภัยในการบริโภคจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ด้วยเช่นกัน
3. ควรมีการศึกษาวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆ ที่มีผลหรือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตลอดจนตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคน้ำผักผลไม้เพื่อสุขภาพที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมชัดเจนยิ่งขึ้นและสามารถนำไปใช้ในการวางแผนหรือวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจน้ำผักผลไม้ให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้
4. ควรมีการศึกษาวิจัยขยายไปถึงพฤติกรรม และ รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เฉพาะเจาะจงกว่านี้ เพื่อทราบถึงมุมมองรูปแบบการดำเนินชีวิตได้มากขึ้น เพื่อผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงสินค้า เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
5. ควรมีการศึกษาวิจัยความเป็นไปได้ในการส่งเสริมและทำธุรกิจด้านการส่งออก เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และเป็น การขยายโอกาสการเติบโตในทางธุรกิจไปอีกทางหนึ่ง

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยค้นคว้าอิสระของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณ ดร.ศุภสิทธิ์ จารุพัฒน์ศิริคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้มีส่วนช่วยให้งานวิจัยดังกล่าวนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

อรุณโรจน์ เอกพนิชย์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้อินทรีย์แบบสกัดเย็น ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วิภาวี สุริโย. (2548). ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำผัก-น้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย.กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณัฐชากุล บุญฤทธิ์. (2556). ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- รุ่งตะวัน สว่างไพศาลกุล. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มน้ำผลไม้ตราปีอึ้งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สลิตา สาส์มลิน. 2557. การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มชนิด UHT ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดกาญจนบุรี.วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ 5,ฉบับที่ 1(1 มกราคม – มิถุนายน): 43-64.
- เกศินี นุ่มดี. 2554. รูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้ด้านผักผลไม้รวม 100 % เชื้อแป๊ะ ฟอร์ วัน เดย์ ของวัยรุ่น. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย,กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ปัญชลี สังขรัตน์. 2554. การรับข้อมูลจากการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย,กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรรณวิศา ศรีรัตนะ และวิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำส้มพร้อมดื่ม 100 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.การศึกษาค้นคว้าอิสระ ระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รชณัฐ อริยาดีเรก. 2554. พฤติกรรมการบริโภคน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ชุตินันท์ โรจน์เพ็ญเพียร. 2559. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- ดิเรก จิมชนะ.(2558).การแปรรูปน้ำผักผลไม้. คลินิกเทคโนโลยี.ค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.rdi.rmutsb.ac.th/2011/download/22222222.pdf>
- ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร.(2558). ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มในประเทศไทย.ค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2561. จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=81#>
- Marketingoops.(2559). คาดมูลค่าการเติบโตของตลาดน้ำผลไม้ในไทยปี 59 และ 14,000 ล้านบาท. ค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2561. จาก <https://www.marketingoops.com>
- ฟังก์ซ์บ่นบลดริงค์...แข่งเดือด ชิงส่วนแบ่งตลาดรวมกว่า 4,000 ล้าน. ค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2561. จาก <http://www.ryt9.com/s/nnd/961101>.
- ระบบสถิติทางการทะเบียน. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2561.จาก <http://stat.dopa.go.th>