

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมและทัศนคติต่อการบริโภคน้ำผลไม้และน้ำผลไม้ผสม  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวอัจฉรา แก้วเหรียญทอง

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษา ผศ. ดร. เขวเรศ เขาวนพูนผล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
รศ. ดร. ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้และน้ำผลไม้ผสม รวมถึงทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติในการบริโภคน้ำผลไม้ผสมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) จากผู้ที่ซื้อและบริโภคน้ำผลไม้ จำนวน 305 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และทำการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำผลไม้ผสม ทำการทดสอบความเป็นอิสระโดยใช้ chi-square test และทำการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อการบริโภคน้ำผลไม้ผสมโดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่าตามแนวคิดของลิเคิร์ต (likert scale)

โดยภาพรวมของผู้บริโภคตัวอย่างที่บริโภคน้ำผลไม้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี จนถึง 35 ปี มากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่เกิน 8,000 บาท จนถึง 15,000 บาท

ผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่มีสุขภาพแข็งแรงดี มีการดูแลสุขภาพโดยการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ และการออกกำลังกายเป็นประจำ ในขณะที่ผู้บริโภคตัวอย่างบางกลุ่มเลือกที่จะดูแลสุขภาพจิต ตรวจร่างกายเป็นประจำ และทำกิจกรรมยามว่าง ตามลำดับ

พฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ทั่วไป ส่วนใหญ่มีการบริโภคน้ำผลไม้ตามแต่จะสะดวก นิยมบริโภคน้ำส้มและน้ำผลไม้รวม ในรูปแบบน้ำผลไม้ปั่นและน้ำผลไม้คั้นสด มีเหตุผลในการเลือกบริโภคคือชอบในรสชาติและคุณค่าทางโภชนาการ สิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกบริโภคน้ำผลไม้คือ

ความชอบบริโภคและเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณค่าสูง สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภค คือเอกสารความรู้ด้านสุขภาพและเว็บไซต์สุขภาพ

พฤติกรรมการบริโภคน้ำฝรั่งสีชมพู ส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคฝรั่งสีชมพูและผลิตภัณฑ์จากฝรั่งสีชมพู และไม่มีความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของน้ำฝรั่งสีชมพูเลย แต่อย่างไรก็ตาม ในจำนวนผู้บริโภคตัวอย่างที่เคยบริโภคฝรั่งสีชมพูและผลิตภัณฑ์จากฝรั่งสีชมพู พบว่าส่วนใหญ่เคยบริโภคผลสด และมีความชอบน้อยถึงปานกลาง

ผู้บริโภคตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อตัวอย่างน้ำฝรั่งสีชมพูในระดับมาก ในด้านรสชาติ ความหวาน ความเข้มข้น สีกลิ่น กลิ่น และความรู้สึกโดยรวมต่อตัวอย่าง แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการมีเนื้อผลไม้ผสม โดยให้ความเห็นว่าราคาที่เหมาะสมกับน้ำฝรั่งสีชมพู (แก้วขนาด 16 ออนซ์ น้ำคั้น ไม่ใส่น้ำแข็ง) คือ 25-30 บาท ควรจำหน่ายตามร้านน้ำผลไม้คั้น/ปั่นทั่วไป ในซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจทดลองซื้อน้ำฝรั่งสีชมพูสูงที่สุดคือการมีตัวอย่างให้ทดลองชิม การให้ความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ และการแนะนำจากพนักงาน/เพื่อน/คำบอกเล่าปากต่อปาก ตามลำดับ ร้อยละ 75.08 ของผู้บริโภคตัวอย่างมีความคิดที่จะไม่ซื้อน้ำฝรั่งสีชมพูมาบริโภค โดยส่วนหนึ่งให้ความคิดเห็นว่าจะไม่ซื้อเลย แต่อีกส่วนหนึ่งให้ความคิดเห็นว่าอาจจะตัดสินใจซื้อถ้าได้ทราบข้อมูลทางโภชนาการและข้อมูลที่มีผลต่อสุขภาพเพิ่มเติม

ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อทัศนคติการบริโภคน้ำฝรั่งสีชมพู พบว่าประสบการณ์ที่เคยมีต่อน้ำฝรั่งสีชมพูเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สุดต่อทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ (ตัวอย่างน้ำฝรั่งสีชมพู)และทัศนคติด้านการตัดสินใจซื้อเพื่อบริโภคในอนาคต และพบว่าปัจจัยการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลที่สุดในทัศนคติด้านสถานที่จำหน่าย ส่วนทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าเพศมีส่งผลต่อทัศนคติด้านการให้ทดลองชิมตัวอย่าง และการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อทัศนคติการให้ความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ อย่างไรก็ตามพบว่าไม่มีปัจจัยใดๆ ที่มีผลกับทัศนคติด้านราคาเลย

**Independent Study Title** Behaviors and Attitudes Toward Pink Guava Juice Consumption of Consumers in Mueang District, Chiang Mai Province

**Author** Miss Atchara Kaewrianthong

**Degree** Master of Science (AgriBusiness)

**Advisory Committee** Asst. Prof. Dr. Yaovarate Chaovanapoonphol Advisor  
Assoc. Prof. Dr. Thanee Sriwichailamphan Co-advisor

## ABSTRACT

This independent study has an objective to investigate consumer's consumption behavior towards fruit juice and pink guava juice, including attitude and factors that affect the attitude towards the consumption of pink guava juice in Mueang District area, Chiangmai Province. The data was collected from 305 consumers who purchased and consumed fruit and vegetable juice by accidental sampling using questionnaire. Use descriptive statistics to analyze data, and study relation of factors that affect attitude towards the consumption of pink guava juice by using Chi-Square test to do the test of independent and use Likert scale to analyze the level of satisfaction that consumers may have during consume sample pink guava juice.

Overall of the respondent consumers who consumed fruit juice, the majority of respondents are female, age range from below 25 years old to the range of 25 - 35 years old, Bachelor's degree of education level, occupations are business employee and students and average monthly income below 8,000 THB to the range of 8,000 – 15,000 THB.

The majority of respondent consumers are healthy and taking care of their health by consuming nutritious foods and regularly exercising. While some group of respondent consumers choose to take care of their mental health, do the physical examination and other activities in ordering.

Consumer behavior of fruit juice, the majority is consuming as convenience. Favorite type are orange and mixed vegetable/fruit juice in the form of slushy/smoothie and fresh squeezed juice. The consuming reasons are the taste and nutrition. The influencing of consuming fruit juice is the favor of testing and choosing nutritious foods. The advertising media that influencing the consume decisions are health handbill and health website.

Consumer behavior of pink guava juice, the majority of respondent consumers have never been consumed pink guava fruit and pink guava products before and have no knowledge about the nutrition benefit of pink guava juice at all. However, in the minority, the respondent consumers who used to consume pink guava fruit and products of pink guava, found that mostly used to consume the fresh fruit of pink guava and have the moderately like to least favorite.

The respondent consumers are very satisfied the sample of pink guava juice in the flavor, sweet, viscosity, color, odor and overall feeling. However, they do have moderate satisfy of the pulpy in sample of pink guava juice. Mostly, consumers agreed that the suitable price of pink guava juice should be 20-30 THB per glass (16 oz., squeezed, no ice). For the selling place, mostly choose the channel of general fruit juice shop, supermarket and convenience store. The marketing promotion, found that the most influencing one toward the buying decision is having sample for taste. Giving the information of health benefit and introduction by sales or friend suggestion and word of mouth are also chosen in ordering. 75.08 percent of respondent consumers will not purchase pink guava juice to consume in the future, some of them will absolutely not purchase, while some says maybe to purchase if having more information of nutritions and benefits to their health.

In the relation of factors that affect the attitude of consuming pink guava juice, found that the experience that used to have with pink guava juice is the most influence one towards the attitude of products (sample pink guava juice) and attitude of future purchasing and consuming. The attitude of marketing promotion of having samples to taste is related to the gender, and giving knowledge of nutritions and benefits are related to the education and average monthly income. The education and average monthly income are also the most influence towards the attitude of selling place. However, there is no any factors has a relationship with the selling price.