

## บทที่ 6

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 ข้อสรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ ประการแรก เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคชาเขียวใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และประการที่สองเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคชาเขียวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม จำนวน 500 ตัวอย่างและการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลในเชิงลึก ซึ่งใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบ stratified random sampling และในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อชาเขียวพร้อมดื่ม ได้เลือกใช้แบบจำลองโลจิต (logit model) ที่ประมาณค่าด้วยวิธีเทคนิคการวิเคราะห์ marginal effect

ผลการศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมผู้บริโภคชาเขียวพร้อมดื่มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามที่เลือกบริโภค ชาเขียวพร้อมดื่มนั้นส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และมีรายได้ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่เลือกบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มนั้นเป็นผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีเหตุผลในการเลือกบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มคือ รสชาติถูกปาก อร่อย ดับกระหายและมีประโยชน์ต่อร่างกาย ในขณะที่ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่มที่ผู้กรอกแบบสอบถามนิยมมากที่สุดคือโออิชิ โดยให้เหตุผลว่า รสชาติอร่อย ซึ่งในการซื้อ 1 ครั้งนั้นผู้กรอกแบบสอบถามจะซื้อในราคาไม่เกิน 20 บาท โดยนิยมซื้อครั้งละ 1 หน่วย (หน่วย = ขวด, กล่อง, กระป๋อง)

ผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคชาเขียว พร้อมดื่มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่าจากตัวแปรที่ทำการศึกษาก่อน 8 ตัวแปร มีตัวแปร 7 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และสามารถนำมาอธิบายเพื่อเปรียบเทียบได้แก่ อายุของผู้กรอกแบบสอบถาม (AGE) รายได้ของผู้กรอกแบบสอบถาม (INC) ราคาของผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่ม (PRC) รสชาติของชาเขียว (TAS) การส่งเสริมทางการตลาด (MAR) ท่าเลที่ตั้งของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่ม (LOC) และยี่ห้อผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่ม (BRD)

## 6.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ซึ่งผลจากการศึกษานี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มและ ผลที่ได้จากการศึกษาควรจะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนี้ ซึ่งจาก การศึกษาทำให้เกิดข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการส่งเสริมด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อการบริโภค ชาเขียวพร้อมดื่ม ดังนั้นหากผู้ประกอบการ ต้องการให้ผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่มของตนเป็นที่นิยม ของผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญทางการส่งเสริมด้านการตลาดอย่างจริงจัง เพื่อสนองต่อความ ต้องการของผู้บริโภค ดังในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างก็นำการส่งเสริมด้านการตลาดมา แข่งขัน เพื่อเพิ่มยอดขายของตนเองเช่น ส่งชิงโชค เพื่อลู่ทอง หรือเปิดฝากของผลิตภัณฑ์ชาเขียว พร้อมดื่ม เพื่อรับเงิน 1 ล้านบาท เป็นต้น

นอกจากปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาดดังกล่าวแล้ว การศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่า ยี่ห้อที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของผู้กรอกแบบสอบถามเช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะหันมา สร้างยี่ห้อของตน ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ต่อตัวผลิตภัณฑ์และเพื่อนำไปสู่การ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่มหลายยี่ห้อ ดังนั้นการสร้างยี่ห้อให้เป็นที่รู้จักจึงมีความสำคัญ มาก

ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ ก็มีผลสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่นกัน โดยจากการศึกษาพบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้นไม่เหมาะสม เพราะมีราคาแพงเกินไป ควรที่จะมีราคาที่ต่ำกว่านี้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรลดราคาลงเพื่อสนอง ความต้องการของผู้บริโภคในขณะที่ผู้กรอกแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้สึกพอใจกับรสชาติของชา เขียว ที่มีขายอยู่ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าผลการคำนวณนั้นไม่เป็นไปตามสมมติฐานก็ตาม ดังนั้น ผู้ประกอบการก็ควรรักษามาตรฐานทางด้านรสชาติแบบนี้ต่อไป

และประการสุดท้าย ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ถ้าผู้ประกอบการต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของตน เข้าถึง ผู้บริโภคก็ควรมีทำเลที่ตั้งของผลิตภัณฑ์ของตนเองที่เหมาะสม เช่น มีทำเลที่ผู้บริโภคสามารถ ซื้อได้ง่ายและสะดวก มีที่จอดรถรองรับ เป็นต้น

### 6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษา ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ในครั้งนี้ อาจมีปัจจัยอื่นอีกหลายปัจจัย ซึ่งผู้ศึกษาไม่ได้รวมไว้ในแบบจำลอง ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพสำหรับหาปัจจัยที่ต้องการศึกษาเพื่อนำไปสู่การศึกษาเชิงปริมาณในแนว ลึกต่อไป

2. ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม ในครั้งต่อไปควร พิจารณาปัจจัยทางด้านสื่อเพิ่มเติม เพื่อจะได้มีการวิเคราะห์ให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพราะใน ปัจจุบันสื่อถือว่ามีอิทธิพลต่อการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม

3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาทางด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคชาเขียว พร้อมดื่มด้วยเพื่อที่จะได้เปรียบเทียบทัศนคติก่อนและหลังการบริโภคชาเขียวของผู้บริโภค