

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคชาเขียวในเขต

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นายเนติวุฒิ หมั่นพินิจ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ. ชเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์

ประธานกรรมการ

อ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ

กรรมการ

อ.ดร. นิสิต พันชมิตร

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลของผู้บริโภคในการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประโยชน์ต่อผู้ผลิตชาเขียวพร้อมดื่ม ที่จะสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้มาจากการกรอกแบบสอบถามของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 500 ราย ข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โดยประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimate : MLE) โดยแสดงค่า Marginal effect

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 คือ ปัจจัยด้านราคา ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 คือ ปัจจัยด้านยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่ม ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของร้านค้าที่จำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่ามีผู้ที่เคยบริโภคชาเขียวทั้งหมดจำนวน 442 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.4 ซึ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.82 ช่วงอายุระหว่าง 21 - 30 ปี เป็นช่วงอายุที่บริโภคชาเขียวพร้อมดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.08 ในด้านของอาชีพพบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษาบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.86 ผู้มีระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000

บาท/เดือน ร้อยละ 43.31 ในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคชาเขียวของผู้บริโภคนั้นพบว่า ยี่ห้อที่
ดื่มบ่อยที่สุด คือ โออิชิ มีถึงร้อยละ 75.54 โดยร้อยละ 40.05 นั้นจะบริโภคยี่ห้อดื่มเป็นประจำ
ในขณะที่ชาเขียวพร้อมดื่มรสดั้งเดิม เป็นรสชาติที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคมากที่สุด ร้อยละ 62.90



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Influencing for Green Tea Consumption in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Mr. Netiwut Muenphinit

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof. Thanet Sriwichailamphan Chairperson

Lect.Dr. Pairut Kanjanakaroon Member

Lect.Dr. Nisit Panthamit Member

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate consumers' behavior and the factors affecting ready-to-drink green tea consumption in Mueang District, Chiang Mai Province, Thailand. The study results could be useful for green tea beverage manufacturers to consider as guideline to make necessary improvement in response to consumers' demand. The data used in this study were collected by questionnaires from 500 consumers in Mueng District, Chiang Mai Province, Thailand. The Logit model with the Maximum Likelihood Estimate and Marginal Effect Method were employed for the analysis.

From Logit model application, price was found to be the most influential factor for ready-to-drink green tea consumption with the statistically significance at 1% level ($\alpha < 0.01$) followed by the factors of brand, location of green tea store and promotion with the statistically significance at 5% level ($\alpha = 0.05$). It was also found that 442 consumers understudy (88.4%) who consumed green tea about 58% were female, aged between 21 – 30 years old (42.08%) as well as students (41.86%) were the most popular drinkers of ready-to-drink green tea. By income group, 43.31% of consumers earned less than 5,000 bath per

month. Oishi brand was the most popular choice, and 62.9% of consumers indicated they preferred the original taste.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved