

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่มของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาถึงสภาพทั่วไปทางการตลาดของชาเขียวพร้อมดื่ม (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม ซึ่งใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ คือ มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มประชากรตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21-25 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 10,001-30,000 บาท วัตถุประสงค์ในการบริโภคชาเขียวพร้อมดื่ม คือ เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และตัดสินใจด้วยตนเองในการบริโภค ความถี่ในการดื่ม 1-10 ครั้งต่อเดือน ในช่วงเวลากลางวันทำงาน / สถานศึกษา ส่วนรสชาติที่เลือกดื่มมากที่สุด คือ ตราสินค้า โออิชิ รสน้ำชาวนิปปูน ขนาด 500 CC โดยซื้อจากร้านสะดวกซื้อในปริมาณ 1-5 ขวดต่อเดือน ส่วนใหญ่จะงินตราสินค้า กรณีที่ไม่มีตราสินค้าที่ต้องการผู้บริโภคจะไม่ซื้อสินค้านั้น ส่วนมากการรับรู้ข้อมูลของสินค้ามาจากสื่อโทรทัศน์ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรสชาติที่มีให้เลือกหลากหลายมากที่สุด ปัจจัยทางด้านราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสม ความประทับใจจากการซื้อเป็นแพ็คและในปริมาณบรรจุที่เพิ่มขึ้นมาก ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการหาซื้อได้ง่าย ความสะอาดและทันสมัยของสถานที่จำหน่าย ตำแหน่งชั้นวางสินค้าที่หยิบได้สะดวก และการจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบมาก ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ การออกร้านแนะนำสินค้าให้ชิมฟรี มีของแถม หรือของที่ระลึก และการส่งเสริมส่วนของสินค้าชิงรางวัลมาก