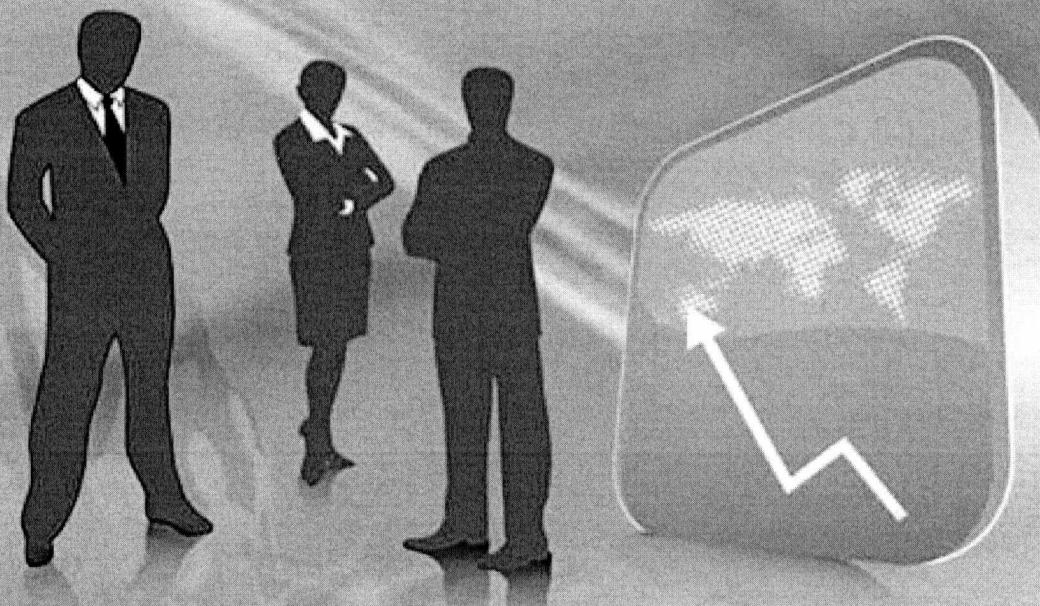


Proceedings

การประชุมวิชาการระดับชาติ

ตักขะศาสตร์วิจัย ครั้งที่ 1



• คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557
ณ โรงแรมมหกรรม เจบี หาดใหญ่
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



<http://eduit.pn.psu.ac.th/er2014>

สนับสนุนโดย



ISBN 978-616-271-185-5

การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ISBN 978-616-271-185-5

พิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2557 จำนวน 500 เล่ม
ราคา 359 บาท
(ส่วนลด 10%)

พิมพ์ที่ บริษัท เม็กซ์มีเดีย ราย 2 เคเพรส จำกัด
18 ถนนตันรัตนการ(ตรงข้ามโรงแรมเอ็มเพอเรอร์) อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทร. 074-236850, 086-4907243
Fax 074-236850
อีเมล : maxmedia2007@hotmail.com

จัดทำโดย คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

จัดจำหน่ายโดย คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ชิดชนก เชิงเข้าร์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงศ์ แก่นอินทร์
3. รองศาสตราจารย์ ดร.คงนิตา นิจรัตนกุล
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย นาพาวงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพักตร์ ทองแท้
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สัปปพันธ์
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรินทร์ อักษรนิตย์
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิติมดี อาพัฒนานนท์
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิ ส่วนไฟโรจน์
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริยา คุหา
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษตรชัย และheim
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ ศกลนคร
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สามารถ ทองเฟือ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ธรรมสัจการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เครือศรี วิเศษสุวรรณภูมิ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสmania ล้าน้ำย
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บันพิท ดุลยรักษ์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาฟีฟี ลาเตี้ยะ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิพาริด ระเด่นอาหมัด
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเพ็ญ กัท奴นราพร
21. อาจารย์ ดร.อุสมาน สาเร
22. อาจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ รอบโอบ
23. อาจารย์ ดร.มัชตี แวดราเม
24. อาจารย์ ดร.ณัฐนี โมพันธุ์
25. อาจารย์ ดร.ศักวินทร์ ชนประชา
26. อาจารย์ ดร.ธีระยุทธ รัชชะ
27. อาจารย์ ดร.ณัฐภพ กาจ眷นหมาย
28. อาจารย์ ดร.โวภาค เก้าไศยภรณ์
29. อาจารย์ ดร.นพดล บุญจันทร์
30. อาจารย์ ดร.ธูปนรรษ์ ประทีปเกะ
31. อาจารย์ ดร.รุติชัย เนียมเทศ
32. อาจารย์ ดร.ฤทธิ์ชานนี สิทธิชัย
33. อาจารย์ ดร.วันพิชิต ศรีสุข
34. อาจารย์ ดร.บุญญิสา แซ่หล่อ
35. อาจารย์ ดร.อนุรัตติ สงสม
36. อาจารย์ ดร.อัมเดีย มุกดอ
37. อาจารย์ ดร.วารุณี ณ นคร



38. อาจารย์ ดร.มูลสัชล บินแสง
39. อาจารย์จุฑา ธรรมชาติ
40. อาจารย์สนั่น เพ็งเหมือน
41. อาจารย์ยุพดี ยกวิศวากุล
42. อาจารย์ามีดี๊ มูสอ
43. อาจารย์วิมล ภาคธิรเรียร
44. อาจารย์สุรีรัตน์ รงเรือง
45. อาจารย์ Jarvis อรรถสังเคราะห์
46. อาจารย์วัฒนา พรหนเพชร
47. อาจารย์ยุพารวัฒน์ อุमูลวัฒนา
48. อาจารย์ร้อยานา ชนีเย็ง
49. อาจารย์ลลิตา บุญคง
50. คุณรองสมเม้าะ มะมิง

มหาวิทยาลัยทักษิณ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นิรันดร์ จุลทรัพย์
2. รองศาสตราจารย์น้อม สังข์ทอง
3. รองศาสตราจารย์สุเทพ สันติวรรณนท์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรา กล้าณรงค์
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข อุดม
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรรณี ลิมอักษร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกร สมประษฐ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ถนนวรรณ ประเสริฐเจริญสุข
3. รองศาสตราจารย์ ดร.มงคล ดอนขوا
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา อารีรัตน์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ วิจักขณาลัณณ์
6. รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี ชัยเจริญ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรี ศิริวงศ์
8. รองศาสตราจารย์ประภาพร ศรีตระกุล
9. รองศาสตราจารย์ลัծดา ศิลลาน้อย
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จาธุณี ชาਮາตย์
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวี สาระน้ำคำ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย เนตรถอนศักดิ์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรี จันทร์เพ็ง
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไฟโรจน์ เติมเดชาติพงศ์
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรินพิพิธ รักษาลัตต์ย
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพล อาจันทร์
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมนชาติ เจริญครุบุรี
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวนี สิริสุขศิลป์



การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557 ณ โรงแรมหรรษา เจปี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังคณา ตุ้งคงสมิต
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ก้านจักร
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนा ดาราก้าด
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทมพร หนันชัยบุตร
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิ์ วนิชาชีวะ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จีราวิชช์ เพือกพันธ์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธชา รุณเจริญ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นพดล มีไซโย
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปันดดา ภูวนกระโทก
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ สิมารักษ์
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลิขิต อมาตยคง
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภชัย แสงสุทธิ์
31. อาจารย์ ดร.จตุภูมิ เขตจัตุรัส
32. อาจารย์ ดร.นฤมล อินทร์ประสิทธิ์
33. อาจารย์ ดร.ประกฤติยา ทักษิโน
34. อาจารย์ ดร.ประยุทธ ชูสอน
35. อาจารย์ ดร.วายุ กาญจนศร
36. อาจารย์ ดร.สมพงษ์ พันธุรัตน์
37. อาจารย์ ดร.อนุชา โสมابุตร
38. อาจารย์ปรีชา เครื่อวรรณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลวรรณ ตั้งธนกานนท์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ สมพงษ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา นันทะไชย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญมาภรณ์ พิมพ์ทอง
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมธินี วงศ์วนิช รัมภากරณ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
2. รองศาสตราจารย์ประพงษ์ พสุวนท์
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกนฤตา บางท่าไม้
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา อิงอาจ
6. อาจารย์ ดร.วรรณวรร บุญคุ้ม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ เหมะประสิทธิ์



มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ ยงยุ่น

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลื้งสุวรรณ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรุณุช ศรีสะอาด

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อาจารย์สรรเพชร เที่ยงเกตุ

ข้าราชการบำนาญ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.มารุต คำช่อง
2. รองศาสตราจารย์ปราณี ทองคำ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ บุญช่วย
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ บุญช่วย
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี นิลกรรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัศนัย กีรติรัตนะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายุทธ์ เศรษฐกุจาร

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

อาจารย์ ดร.สมประสวงศ์ เสนารัตน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาจารย์พัชนา สุวรรณเสน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

อาจารย์ ดร.สุมลี พงศ์ติยะไพบูลย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.راتตี นันทสุคนธ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระยุทธ ชาตจะกานจน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยารัตน์ คงนาลีก

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

อาจารย์นิมานุนี หลีวิวเจา



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
อาจารย์สุดคนึง ณ ระนอง

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วัน เดชพิชัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ พิพิธรัตน์

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

อาจารย์ ดร.นพมาศ อัครจันท์โชติ

มหาวิทยาลัยฟ้าภูวนิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. Jarvis J. Songmeieng

วิทยาลัยเซนต์หลุยส์

อาจารย์ ดร.สมชาย แซ่เตี้ยว

นักวิจัยอิสระ

ดร.เดช เกตุฉ่า

สำนักงานเลขานุการสภากาการศึกษา

ดร.ปานเทพ ลากาเกษตร
อาจารย์ภาณุพงษ์ พนมวัน

สำนักงานศึกษาธิการ ภาค 8

อาจารย์กมลวรรณ กลั่นเกลี้ยง

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระวิวาส เขต 1

ดร.ชาวรีพท์ สีอนิ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระวิวาส เขต 2

อาจารย์มุhammad อัลอาซีซ อาลี อัลอาคลาส

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระวิวาส เขต 3

ดร.พิทุรุษ คงกุล
อาจารย์นิยอ บายา

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา 15

ดร.อาวีดีษ ยีเจ็งนิ

ธนาคารออมสิน สาขาสายบุรี
ศุภกิฟฟี่ อุमาร์



การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557 ณ โรงแรมหรรษา เจรจา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเป๋าของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

Factors and Behavior of Purchasing Cloth Bag of Students in Silpakorn University,
Phetchaburi IT Campus

กัญญาภรณ์ สุวรรณปิยวงศ์^{1*} วาสนา คุศุกรเจริญ¹ และจิตพนธ์ ชุมเกตุ²

¹นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

* E-mail : jame.sc@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกซื้อกระเป๋า ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการเลือกใช้กระเป๋า และเพื่อศึกษาพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการเลือกใช้กระเป๋า ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด

ผลการศึกษาพบว่า 1.) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19 – 21 ปี ศึกษาคณะวิทยาการจัดการ ชั้นปีที่ 2 และมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อกระเป๋า และมีกระเป๋าจำนวน 1 – 3 ใบ 2.) กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าโดยมีความถี่ในการใช้กระเป๋าเฉลี่ย 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ปัจจัยหลักที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อกระเป๋ามากที่สุด คือ เลือกซื้อตามแฟชั่น โดยมีช่องทางในการเลือกซื้อกระเป๋ามาจากทางสื่อโซเชียล Instagram มากที่สุด 3.) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระเป๋าที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงคุณภาพ ชนิดผ้า ของกระเป๋า และอีกหนึ่งสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างได้คำนึงถึงเมื่อมีการใช้กระเป๋าแทนการใช้ถุงพลาสติก คือ การใช้กระเป๋าจะเป็นตัวที่ช่วยเหลือและรับผิดชอบต่อสังคม

คำสำคัญ : กระเป๋าผ้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The study “Factors and Behavior of Purchasing Cloth Bag of Students in Silpakorn University, Phetchaburi IT Campus” was conducted as quantitative research which has objectives to study factors which affected desire of purchasing cloth bag and study a behavior which caused the purchase of students in Silpakorn University Phetchaburi IT Campus. A questionnaire was used as a main tool. The sample was 400 students in the university.

The results showed that 1) most samples were female, aged between 19-21 years old, studying 2nd year in the faculty of management science, income between 5,001-10,000 baht. Most of them used to purchase cloth bag and already owned 2-3 bags. 2) The samples used cloth bags 3-4 times each week. The important factor which affected their purchasing the most was a trend or fashion. They chose to find cloth bag in a social network application like Instagram the most. 3) Factor which affected purchasing decision the most was products factor, they focused on quality and type of cloth. Other factor about which they realized when using cloth bag instead of plastic bag was that using cloth bag could represent social responsibility.

Keywords: Cloth bag, purchasing behavior, marketing mix factors



บทนำ

ในปัจจุบันยังไม่มีการคิดค้นสิ่งที่มาทดแทนการ หุ้ม ห่อ ห้า ได้ดีกว่าถุงพลาสติก การหันกลับไปใช้ถุงมีปัญหาน้อยเดี๋ยว เช่น ตะกร้า ชามลอม ปืนโต หรือแม้กระทั้งใบตอง ก็ไม่สามารถตอบสนองวิถีชีวิตของคนเมืองสมัยใหม่ได้ “ถุงผ้า” จึงเป็นทางเลือก เพื่อใช้แลดีจำนวนการผลิตของถุงพลาสติก ช่วยลดจำนวนขยะ ช่วยลดภาระโลกร้อนได้ ด้วยความเหมาะสมลงตัว กับการดำเนินชีวิตในชีวิตประจำวัน ที่ใช้ในการจับจ่ายใช้สอยประจำวัน ซึ่งผู้บริโภคจะสามารถมีส่วนร่วมในการจัดการแก้ปัญหา สิ่งแวดล้อมได้ ด้วยการใช้ถุงผ้า แทนถุงพลาสติก ข้อดีของการใช้ถุงผ้า เช่น ถุงผ้า ซักทำความสะอาดได้โดยง่าย นำกลับมา Reuse ใช้ซ้ำ ช่วยลดปริมาณขยะ ไม่ทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจก ช่วยลดปัญหาโลกร้อน บ่งบอกภาวะการรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้ ส่งเสริมองค์กร ธุรกิจ การค้า และการท่องเที่ยว ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เนื่องจากถ้า คนเราใช้ถุงผ้าสักบาทละ 1 วันจะช่วยลดการใช้ถุงพลาสติกได้มากกว่า 100 ล้านถุงต่อปี กระแส Global Warming พร่ สะพัดไปถึงการแฟชั่นทั่วโลก ดังนั้นแนวทางหนึ่งที่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ คือการลดการใช้ถุงพลาสติกที่เป็นแหล่งกำเนิดที่สำคัญ เช่นศูนย์การค้า ร้านค้า ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ทางกรมควบคุมมลพิษจึงได้จัดแนวทางในการลดการใช้พลาสติกในศูนย์การค้า เพื่อเป็นแนวทางในการลดการใช้พลาสติกที่ก่อให้เกิดมลพิษ อีกทั้งยังเป็นกระบวนการควบคุม พฤติกรรมในการเลือกอุปโภคบริโภคซึ่งเน้นในความตระหนักรถต้องสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมการเลือกใช้กระเพา แทนถุงพลาสติก ด้วย design ถุงผ้า เป็นเพียงตัวอย่างที่ช่วยกระตุ้นผู้บริโภค เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก (ที่มา : <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=696748>)

จากการตรวจห้องพยาบาลรรษชาติและสิ่งแวดล้อมเปิดเผยว่า ทั่วโลกมีผู้ใช้ถุงพลาสติก 5 แสนล้านถุง 1 ล้านล้านใบ ต่อปี หรือนาทีหนึ่ง มีคนใช้ถุงพลาสติกกว่า 1 ล้านใบ และทุกตารางกิโลเมตรทั่วโลกจะมีขยะพลาสติกราว 46,000 ชิ้น ในประเทศไทยแต่ละสักบาทค่าน้ำถุงพลาสติกกลับบ้านมากกว่า 100 ล้านถุงหรือมากกว่า 5 พันล้านถุงในแต่ละปี ในกรุงเทพฯ มีจำนวนขยะมากถึง 8,500 ตันต่อวัน เป็นขยะจากถุงพลาสติก 1,800 ตัน กรุงเทพฯ มีค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บขยะถึง 1.78 ล้านบาทต่อวัน ประเทศไทยยังมีการใช้เคลื่อนย้ายมากแต่มีริมฝายถุงพลาสติกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ถ้าหากคนสามารถลดการใช้ถุงลงได้จะสามารถประ - หยดค่าใช้จ่ายได้ 650 ล้านบาทต่อปี และลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งเป็นก้าวเรื่องนักเรียนจากกว่า 1 ล้านตันต่อปี (กรมส่งเสริมคุณภาพและ สิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. 2550:3)

ถุงพลาสติกที่ถูกผลักให้เป็นขยะพลาสติกเหล่านี้กำลังสร้างความกังวลไปทั่วโลก เพราะเป็นของที่มีอายุการใช้งานสั้น พร้อมเป็นขยะทันทีหลังการใช้ แต่ใช้เวลาในการย่อยสลายนานถึง 450 ปี เป็นอย่างน้อย หากถูกทำลายอย่างไม่ถูกวิธีจะส่งผลเสียต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ถ้าถูกนำไปเผาทำให้สารประกอบไฮโดร คาร์บอน ซึ่งเป็นสารก่อมะเร็งปนเปื้อนสู่สิ่งแวดล้อมรวมถึงก้าวcarbon dioxide ที่เป็นก้าวเรื่องชาติ (ที่มา : นิโอลล ตรีเสน่ห์จิต. 2553)

เมื่อสังคมเริ่มมีการตระหนักรถวิถีทางโลกน้ำที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้มนุษย์เราได้พยายามปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตให้เป็นไปในเชิงบวก โดยเฉพาะการลดพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม การอุปโภคบริโภคผลิตภัณฑ์นิดต่าง ๆ จึงมีการเลือกสรรและเพิ่มเติมในมุมมองของความเป็นมิตรและความใส่ใจในผลลัพธ์ที่จะตามมา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องมลพิษ ขยะมูลฝอย ความสามารถในการย่อยสลายภายหลังการใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงคุณสมบัติในการ Reuse, Recycle ต่าง ๆ การลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกในชีวิตประจำวัน ก็ถือว่าสามารถเป็นเพื่อนที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly) ได้ โดยการใช้ “ถุงผ้า” และ “กระเบื้องผ้า” จึงเป็นเครื่องดึงดันให้เราเองได้ร่วมลงมือและใส่ใจในสภาพแวดล้อม ผลงานให้ในปัจจุบันได้มีการรณรงค์ให้ประชาชนทั่วไปหันมาใช้ถุงผ้าและกระเบื้องผ้า ชนิดต่าง ๆ ด้วยการออกแบบถุงผ้าให้สวยงามและมีความทันสมัยต่อสังคมยุคปัจจุบัน จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ผลิตภัณฑ์สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคในกระแสของกระแสโลก และยินดีที่จะหันมาให้ความร่วมมือได้โดยง่าย

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกกระเบื้องผ้าของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เพื่อที่ต้องการหาเหตุผลที่แท้จริงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีนั้น เลือกใช้เหตุผลในปัจจัยและพฤติกรรมใดในการตัดสินใจเลือกซื้อและเลือกใช้กระเบื้องผ้า



การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557 ณ โรงแรมหรรษา เจรจา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

เนื่องจากสถานที่นี้มีประชากรหนาแน่นและให้ความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อนำผลของการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงและรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมสม่ำเสมอ

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความต้องการในการเลือกใช้กระเพาะของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยพิจารณาจากการวิจัยซึ่งเกี่ยวข้องกับกระเพาะ

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการเลือกใช้กระเพาะของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยพิจารณาการสถานการณ์และจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการวิจัยได้ดังนี้

ขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหา การศึกษาปัจจัยที่ทำให้นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เลือกใช้กระเพาะมาจากการปัจจัยใด ได้แก่ ปัจจัยที่ช่วยลดโลกร้อน หรือปัจจัยในการใช้ตาม tren แฟชั่นให้เกิดความทันสมัย

ขอบเขตการวิจัยด้านประชากร โดยกลุ่มประชากรที่เลือกศึกษาได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ทั้ง 3 คณะ ได้แก่ คณะวิทยาการจัดการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และ คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร

ขอบเขตการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 400 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ จำนวนนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1-4 ทั้ง 3 คณะ ของมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีจำนวนคนรวมทั้งสิ้น 5,194 คน (มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี 2556)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษาทั้ง 3 คณะ ของมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) รวมกับการคำนวนขนาดตัวอย่างตามวิธีของ Taro Yamane สามารถคำนวนหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีพุทธิกรรมการเลือกซื้อกระเพ้าได้ 371.40 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงปรับขนาดกลุ่มตัวอย่างให้เป็นจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกซื้อกระเพ้า ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าและจัดสร้างขึ้นมา ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามในรูปแบบแบบสอบถามที่ตอบด้วยตัวเอง เพื่อให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านสถานภาพส่วนตัวของบุคคล เป็นการสอบถามทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา คณะที่กำลังศึกษา และรายรับเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อกระเพ้า ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยใช้ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) เป็นการสอบถามถึงปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเพ้า

ส่วนที่ 3 ส่วนประเมินการตลาด 4P's (Marketing Mix) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากน้อยเพียงใด โดยใช้การตอบคำถามแบบมาตรฐานประมาณค่า(Rating Scale) ของ Likert's Scale สามารถแบ่งได้ 5 ระดับ เป็นการสอบถามถึงความสำคัญที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อ



การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557 ณ โรงแรมหรรษา เจรจา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นส่วนที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงในข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ที่เกี่ยวกับ
ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) กับนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต
สารสนเทศเพชรบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ได้มีการนำมา
ตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง ซึ่งจากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับจากการทำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทำการวิเคราะห์
หารค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จ SPSS (SPSS for Windows)

และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Second Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวรรณท่า
ด้านแนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลที่สนับสนุนทางด้านการวิจัย ได้แก่ บทความ วารสาร เป็นต้นเพื่อให้
ข้อมูลที่สมบูรณ์แบบในการดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยทำการหาค่าทางสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย
ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าความถี่(Frequency) ค่าเฉลี่ย(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) เพื่อใช้ใน
การอธิบายข้อมูลค่าสถิติพรรณนา

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็นของคำถามในแต่ละปัจจัย ในแบบสอบถาม โดยใช้
เกณฑ์การวิเคราะห์และการแปลผลระดับต่อค่าเฉลี่ยของคะแนนในแต่ละช่วงระดับ ตามแนวทางของ Likert's Scale สามารถ
แบ่งเป็น 5 ระดับขั้น รายละเอียดดังนี้ คือ 1) คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด 2) คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50
หมายถึง ระดับมาก 3) คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง
4) คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ระดับน้อย 5) คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษาและอภิปรายผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลพบว่า ได้แบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์ในจำนวน 400 ชุด
จากนั้นจึงได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย ซึ่งมีผลดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ว่าไปตัวยกระดับศาสตร์กุลตัวอย่าง พบร้า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง(ร้อยละ 60.3) เพศชาย
(ร้อยละ 39.8) มีช่วงอายุระหว่าง 19 – 21 ปี(ร้อยละ 52.3) สูงสุด รองลงมา มีช่วงอายุระหว่าง 22 – 24 ปี (ร้อยละ 27.8)
ช่วงอายุระหว่าง 16 – 18 ปี (ร้อยละ 20.0) ตามลำดับ ระดับชั้นปีที่ศึกษาอยู่ในช่วงชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 37.8) สูงที่สุด รองลงมา
คือ ชั้นปีที่ 1 (ร้อยละ 28.0), ชั้นปีที่ 4 (ร้อยละ 21.3), ชั้นปีที่ 2 (ร้อยละ 13.0) ตามลำดับ คณะที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะ
วิทยาการจัดการ (ร้อยละ 59.0) สูงสุด รองลงมา คือคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ร้อยละ 22.5), คณะสัตวศาสตร์
และเทคโนโลยีการเกษตร (ร้อยละ 18.5) ตามลำดับและ มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท (ร้อยละ 64.8)
มีจำนวนสูงสุด รองลงมาคือ 3,001 – 5,000 บาท(ร้อยละ 23.0), 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 12.0), 20,000 บาทขึ้นไป
(ร้อยละ 0.3), ต่ำกว่า 3,000 บาท(ร้อยละ 0.0) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้องของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต
สารสนเทศเพชรบุรี พบร้า นักศึกษาส่วนใหญ่เคยซื้อกระเบื้องมาใช้งาน (ร้อยละ 70.8) ไม่เคยซื้อกระเบื้อง(ร้อยละ 29.3)
ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มีกระเบื้องในจำนวน 1-3 ใบ(ร้อยละ 44.0) รองลงมาคือ จำนวน 4-7 ใบ(ร้อยละ 29.8), จำนวน 0 ใบ(ร้อย
ละ 19.8) และมากกว่า 7 ใบ(ร้อยละ 6.5) ตามลำดับ ความถี่ในการใช้กระเบื้องเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่อยู่ในระยะเวลา 3-
4 ครั้ง (ร้อยละ 44.0) รองลงมาคือ จำนวน 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 22.8), จำนวน 5-6 ครั้ง (ร้อยละ 21.8) และจำนวน 7 ครั้ง (ร้อยละ
8.3) เหตุผลได้ที่ทำให้เลือกซื้อกระเบื้องมากที่สุดคือ เลือกซื้อตามแพ็ชช์(ร้อยละ 24.3) รองลงมาคือ เพื่อใช้เอง(ร้อยละ
20.5), เพื่อความประทัย(ร้อยละ 15.0), เพื่อความคงทนต่อการใช้งาน (ร้อยละ 13.3), เพื่อใช้เป็นของขวัญในโอกาสที่พิเศษ



การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557 ณ โรงแรมหรรษา เจรี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

(ร้อยละ 11.3), เพื่อนำไปขายต่อ (ร้อยละ 8.0) ตามลำดับ ซึ่งทางที่ถูกเลือกซื้อจะมีมากที่สุดคือ Instagram (ร้อยละ 24.3) รองลงมาคือ Facebook (ร้อยละ 18.5), เว็บไซต์ สื่อทางอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 13.5), ห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 12.3), จากเพื่อน และคนรู้จักที่ขายกระเปา (ร้อยละ 11.3), ร้านค้าปลีก (ร้อยละ 10.8), ร้านค้าเสื้อผ้า – กระเปาแฟชั่น ทั่วไป (ร้อยละ 5.5), Website ร้านค้าเสื้อผ้า – กระเปาแฟชั่น (ร้อยละ 4.0) จำนวนในการซื้อจะเป็นผู้ที่มีครั้งส่วนใหญ่คือ จำนวน 1 ใบ (ร้อยละ 61.5) รองลงมาคือ จำนวน 2 ใบ (ร้อยละ 23.5), จำนวน 3 ใบ (ร้อยละ 10.0), จำนวนมากกว่า 4 ใบ (ร้อยละ 5.0) ตามลำดับ ส่วนใหญ่ซื้อกระเปาที่ทำมาจากผ้าคือชนิดผ้าดิบ (ร้อยละ 38.0) รองลงมาคือ ผ้าฝ้ายธรรมชาติ (ร้อยละ 23.8), ผ้าโนโน่ (ร้อยละ 11.8), ผ้าในลอน (ร้อยละ 9.8), ผ้าหันง (ร้อยละ 5.8), ผ้าฝ้ายม่ออ่อน (ร้อยละ 4.8), ผ้าแคนวาส (ร้อยละ 4.3), ผ้าสปันบอนด์ (ร้อยละ 2.0) ตามลำดับ สีที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อจะเป็นผ้าที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจมากที่สุด คืออินสตราแกรม (ร้อยละ 23.8) รองลงมาคือ ทางเฟสบุ๊ค (ร้อยละ 12.3), เพื่อน / ญาติ / คนรู้จัก แนะนำ (ร้อยละ 12.0), บล็อก / เพจ (ร้อยละ 11.5), ทวิตเตอร์ (ร้อยละ 9.5), วิทยุ (ร้อยละ 8.8), นิตยสาร (ร้อยละ 7.0), โทรทัศน์ (ร้อยละ 6.3), งานแสดงสินค้า (ร้อยละ 5), ร้านขายตรง (ร้อยละ 2.5) และหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 1.5) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541:35-36, 337) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระเปา ผ้า ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีผลจากข้อมูลตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 3-1 ระดับความสำคัญของปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระเปาผ้า

	ปัจจัย	Mean	SD	ระดับนัยสำคัญ
	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.9540	0.89323	มาก
1	คุณภาพของกระเปา	4.2250	0.75510	มากที่สุด
2	ชนิดผ้าของกระเปาผ้า	4.0325	0.91023	มากที่สุด
3	การออกแบบและความสวยงามของกระเปาผ้า	4.0400	0.83375	มาก
4	แบรนด์ที่ห่อของกระเปาผ้า	3.8275	0.91094	มาก
5	ความคงทนของสินค้า	4.0000	0.81650	มาก
6	คุณสมบัติของกระเปาผ้า	3.8325	0.86679	มาก
7	กระเปาผ้ามีคุณสมบัติในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม	3.8400	0.95219	มาก
8	รูปแบบการนำไปใช้งาน	3.8400	0.99089	มาก
9	กระเปาผ้าสารถตอบสนองต่อความต้องการของลักษณะในการใช้งานของผู้บริโภค	3.9050	0.92905	มาก
10	ต้องการลดการใช้ถุงพลาสติก	3.9975	0.96687	มากที่สุด

ตารางที่ 3-1 ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเปาผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ทางด้านการผลิตภัณฑ์ (Product)



การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557 ณ โรงแรมหรรษา เจรี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 3-2 ระดับความสำคัญของปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระแสผ้า

	ปัจจัย	Mean	SD	ระดับนัยสำคัญ
	ปัจจัยด้านราคา (Price)	3.8892	0.88338	มาก
1	ราคาเหมาะสมกับคุณลักษณะของสินค้า	4.0150	0.93914	มากที่สุด
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.9275	0.83606	มาก
3	ราคาเหมาะสมกับแพล็กซ์ของตราสินค้า	3.7775	0.85722	มาก
4	ท่านเลือกซื้อสินค้าราคาที่ต่ำกว่าเมื่อแข่งขันกับคู่แข่ง โดยไม่คำนึงถึงคุณลักษณะของสินค้า	3.8500	0.95644	มาก
5	ราคาเหมาะสมกับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานสินค้า	3.8825	0.82789	มาก
6	ท่านเลือกซื้อสินค้าโดยไม่กังวลในเรื่องของราคา	3.8825	0.88354	มาก

ตารางที่ 3-2 ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระแสผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ทางด้านราคา(Price)

ตารางที่ 3-3 ระดับความสำคัญของปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระแสผ้า

	ปัจจัย	Mean	SD	ระดับนัยสำคัญ
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)	4.0203	0.82239	มาก
1	มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ	4.0075	0.76414	มากที่สุด
2	ได้รับการบริการและคำแนะนำที่ดีจากพนักงานขาย	3.9950	0.84366	มากที่สุด
3	ได้รับสินค้าปลดภัยและรวดเร็ว ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ	4.0700	0.85259	มาก
4	ความสะดวกในการเข้าถึงที่จำหน่ายซึ่งมีส่วนในการช่วยให้เกิดการตัดสินใจ	3.8850	0.84769	มาก
5	มีช่องทางการติดต่อที่สะดวกและรวดเร็วในการตอบบทสนทนาระหว่างกัน	3.9950	0.80722	มาก
6	ความน่าเชื่อถือในช่องทางการจัดจำหน่าย	4.0325	0.83257	มาก
7	การจัดตั้งร้านมีบรรยากาศที่ดึงดูดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	4.1325	0.83468	มากที่สุด
8	การมีช่องทางออนไลน์ในการติดต่อที่สามารถให้มีการสั่งซื้อและชำระเงินได้	4.0450	0.79659	มาก

ตารางที่ 3-3 ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระแสผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)



ตารางที่ 3-4 ระดับความสำคัญของปัจจัยทางส่วนประเมินทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระเบื้อง

	ปัจจัย	Mean	SD	ระดับนัยสำคัญ
	ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion)	3.8994	0.89677	มาก
1	การให้ส่วนลดพิเศษแก่สมาชิก	3.9650	0.82491	มาก
2	การจำหน่ายแบบไม่มีค่าจ้างสั่งสินค้า	3.9075	0.83408	มากที่
3	มีการจัดโฆษณาทางสื่อต่างๆ ที่หลากหลายส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า	3.9550	0.89161	มากที่สุด
4	การจัดโปรโมชั่นพิเศษเป็นแบบแพ็คเกจ เช่น ซื้อ2แถม1	3.8050	0.94827	มาก
5	การลดราคาสินค้าให้กับลูกค้าในโอกาสพิเศษ	3.9100	0.87396	มาก
6	ท่านคิดว่ากระเบื้องที่มีโปรโมชั่น ลด แลก แจก แฉม ที่นำเสนอจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.9250	0.89799	มาก
7	พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.8950	0.90334	มาก
8	จัดกิจกรรมให้เข้าร่วมในโอกาสต่างๆ และมีการแจกของรางวัล	3.8325	0.90082	มาก

ตารางที่ 3-4 ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้องของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ทางด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion)

ผลการศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้อง ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ในปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งหมด 4 ด้าน รายละเอียดดังนี้

ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้องในด้านผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 3-1) พบร่วมอยู่ในระดับมาก ($Mean=3.9540, S.D=0.89323$) โดยค่าเฉลี่ยของข้อมูลพบว่า การแสดงความต้องการลดการใช้ถุงพลาสติก($Mean=3.9975$) เป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดในการเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนแบรนด์ยี่ห้อของกระเบื้อง($Mean=3.8275$) เป็นปัจจัยที่ผลน้อยที่สุดในการเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้องในด้านผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 3-2) พบร่วมอยู่ในระดับมาก ($Mean=3.8892, S.D=0.88338$) โดยค่าเฉลี่ยของข้อมูลราคาเหมาะสมสมกับคุณลักษณะของสินค้า($Mean=4.0150$) เป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดในการเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนราคาเหมาะสมสมกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า($Mean=3.7775$) เป็นปัจจัยที่ผลน้อยที่สุดในการเลือกซื้อด้านราคา

ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้องในด้านผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 3-3) พบร่วมอยู่ในระดับมาก ($Mean=4.0203, S.D=0.82239$) โดยค่าเฉลี่ยของข้อมูลพบว่า การจัดตั้งร้านมีบรรยากาศที่ดึงดูดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ($Mean=4.1325$) เป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดในการเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนความสะดวกในการเข้าถึงที่จำหน่ายซึ่งมีส่วนในการช่วยให้เกิดการตัดสินใจ($Mean=3.8850$) เป็นปัจจัยที่ผลน้อยที่สุดในการเลือกซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้องในด้านผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 3-4) พบร่วมอยู่ในระดับมาก ($Mean=3.8994, S.D=0.89677$) โดยค่าเฉลี่ยของข้อมูลพบว่า การให้ส่วนลดพิเศษแก่สมาชิก($Mean=3.9650$) เป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดในการเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์ การจัดโปรโมชั่นพิเศษเป็นแบบแพ็คเกจ ($Mean=3.8050$) เป็นปัจจัยที่ผลน้อยที่สุดในการเลือกซื้อด้านการส่งเสริมการขาย



สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสานสนเทศเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 19 – 21 ปี ศึกษาคณะวิชาการจัดการ ชั้นปีที่ 2 และมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อกระเพาผ้า และมีกระแสเป้าผ้าประมาณ 1 – 3 ใบ

2. พฤติกรรมการใช้กระเพาผ้าของกลุ่มตัวอย่าง มีความถี่ในการใช้กระเพาผ้าเฉลี่ย 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ โดยเหตุผลที่ทำให้เกิดกลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อกระเพาผ้ามากที่สุด คือ เลือกซื้อตามแฟชั่น โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อกระเพาผ้ามาจากช่องทางโซเชียล Instagram มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างซื้อกระเพาผ้าจำนวน 1 ในต่อการซื้อหนึ่งครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อกระเพาผ้าที่ทำมาจากผ้าดิบเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารมาจากการ Instagram มากที่สุด

3. จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระเพาผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบูรณ์ พบร่วม 4 ด้าน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่เกิดกลุ่มตัวอย่างเลือก จากบทความที่ว่า บรรจุภัณฑ์ที่ดีและน่าสนใจย่อมเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันในยุคของการตลาดที่ไร้รมแรงดัน การออกแบบกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ยังเป็นสาขาวิชาหนึ่งของพานิชย์ศิลป์ที่ต้องออกแบบให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ทางด้านการตลาดได้กำหนดไว้ เพื่อว่าบรรจุภัณฑ์จะได้เป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2542) จึงทำให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อกระเพาผ้าจากปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีลวดลายและประลิขภาพเป็นหลัก

3.2 ปัจจัยด้านราคา เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระเพาผ้าของกลุ่มเป้าหมาย โดยสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ราคាត้องเหมาะสมกับคุณลักษณะของสินค้า คุณภาพของสินค้า และอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการกำหนดราคาคือ ตราสินค้า และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกซื้อกระเพาผ้าโดยไม่กังวลในเรื่องราคา อีกหนึ่งสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างใช้ตัดสินใจเลือกซื้อคือการเปรียบเทียบราคากับสินค้าของคู่แข่งโดยไม่คำนึงถึงคุณลักษณะของสินค้า

3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดร้านให้มีบรรยากาศดึงดูดจะทำให้เกิดกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด รองลงมา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อ ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ ความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าโดยอาจจะเป็นการเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์เป็นหลัก โดยให้ความสำคัญต่อการให้บริการและคำแนะนำที่ได้รับจากการพนักงานขายอีกด้วย

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งผลให้เกิดกลุ่มเป้าหมายเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยการส่งเสริมการขายที่ส่งผลให้เกิดกลุ่มเป้าหมายรับทราบเกี่ยวกับกระเพาผ้ามากที่สุด คือการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการโปรโมทให้เกิดกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบถึงข้อมูลข่าวสารของกระเพาผ้าเพิ่มมากขึ้น และการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แอน กิจกรรมที่ช่วยให้เกิดกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกซื้อได้ดีขึ้น หรืออาจจะเป็นการจัดจำหน่ายแบบไม่คิดค่าส่งสินค้า ที่ทำให้เกิดกลุ่มตัวอย่างเลือกทางเลือกที่ดีสุดให้แก่ตนเอง

ทัศนคติต่อกระเพาผ้าในด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค

ผลการวิจัยระบุว่าผู้บริโภค มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อกระเพาผ้าในด้านประโยชน์หลักของกระเพาผ้า ด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยจะมีเหตุผลในการเลือกซื้อตามแฟชั่นและซื้อเพื่อใช้เอง อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก รวมทั้งแสดงทัศนคติในด้านพฤติกรรมการใช้ที่คาดหวังของกระเพาผ้าคือความประหยัด อีกทั้งแสดงทัศนคติในด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในด้านความคงทนและศักยภาพของกระเพาผ้า อาจเนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มให้ความสนใจและเริ่มได้รับการกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวในการเลือกอุปกรณ์บริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดพฤติกรรมการบริโภคที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเน้นการให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างคุ้มค่าที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะประสบการณ์จากตนเองและจากการรับรู้มาจากบุคคลอื่นในการเชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นกระแสที่ได้รับความสนใจอยู่ทั่วโลก



ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรศึกษาลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น เพราะเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่ไปทำการทดสอบมีทั้งชายและหญิง ผลที่ออกมาก็คือ ปัจจุบันผู้ชายมีความสนใจในประเด็นเพิ่มมากขึ้น การผลิตและออกแบบผลิตภัณฑ์จึงต้องให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง

2. กลุ่มตัวอย่างที่จะเลือกซื้อจะเป็นผู้ส่วนใหญ่จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านคุณภาพ การผลิตสินค้าออกมาจะต้องเลือกชนิดผ้าอย่างดี มีคุณภาพ ออกแบบคล่องตัว ตอบต่ออย่างสวยงาม ให้เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

3. ควรศึกษาทางด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด เพราะเนื่องจากเหตุผลที่แท้จริงของการส่งเสริมการใช้กระเบื้องหลัก คือ การช่วยลดจำนวนถุงพลาสติก และลดโลกร้อน แต่กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ส่วนมากมีวัตถุประสงค์ เพื่อตามเทรนแฟชั่น ดังนั้นจึงต้องมีการสื่อสารกันให้กับกลุ่มเป้าหมายเข้าใจเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาด้านตัวแปรอื่นๆ ที่คาดว่าจะส่งผลหรือมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้องตัวอย่างเช่น ตัวแปรทางด้านลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค (6W 1H) เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายเพื่อสามารถเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งต่อไป

2. ควรมีการขยายขอบเขตพื้นที่การวิจัย เพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น ซึ่งก็จะทำให้ผู้ประกอบการได้รับผลดีมากขึ้น ที่จะได้นำข้อมูลจากการวิจัยไปวางแผนทางด้านการตลาดได้อย่างถูกต้องและมีความแน่นอนมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านี้ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันได้ให้ความสนใจในด้านการรักษ์โลกมากกว่าอดีต จึงเลือกประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นได้อย่างแน่นอนกับทางธุรกิจ

3. ควรมีการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการลดการใช้ถุงพลาสติกในชีวิตประจำวันของสังคมไทย เนื่องจากปัจจุบันถุงพลาสติกเป็นสิ่งที่ผู้คนนำมาใช้และเป็นสิ่งที่เกิดปัญหามากที่สุดในสังคมไทย เพราะเป็นสิ่งที่สะดวกในการใช้งานแต่ก็เป็นสิ่งที่ยากต่อการย่อยสลายไป ทำให้สามารถนำข้อมูลมาสนับสนุนทางด้านงานวิจัยที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในครั้งต่อไป

4. ควรมีการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการลดการใช้ถุงพลาสติกในชีวิตประจำวันของสังคมไทย เนื่องจากปัจจุบันจากความสนใจอย่างแท้จริงในด้านของการรณรงค์รักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจากการตัดสินใจซื้อน้ำสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมที่คำนึงถึงการรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แท้จริง ทำให้สามารถนำข้อมูลมาสนับสนุนทางด้านงานวิจัยเกี่ยวกับการรักษ์สิ่งแวดล้อมครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ประดิ้นทร์ อุปรมัย.(2540). ชุดวิชาพื้นฐานการศึกษา (มนุษย์กับการเรียนรู้). นนทบุรี, พิมพ์ครั้งที่ 15, หน้า 121
<http://www.oknation.net/blog/print.php?id=696748>
- นิโอลล์ ตรีเสน่ห์เจติ.(2553). แรงจูงใจ และทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร : สาขาวิชาพัฒนาการศึกษา (มนุษย์กับการเรียนรู้) | นิโอลล์ ตรีเสน่ห์เจติ | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ | 2553 | 142 | หน้า 1-10
- กรมการส่งเสริมคุณภาพและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2550):3
- ธิดิ้นทร์ ศรีสถิต. นิตยสาร สารคดี บทความ โลกสรรสินค้า(2010). เก็บเรื่องมาเล่า ชนะ ชาลศัย. หนังสือพิมพ์ข่าวสด 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2010
- สุจิตรา ตั้งจิตวิสุทธิ์. (2550). แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค. เลขหน้า : 9-11
- พีญพรรณ ตันนิรันดร์. (2552). ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้ถุงผ้าใส่ของเพื่อการรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน.
- ลัดดาวลักษณ์ กิตตินันท์. (2546). ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร.