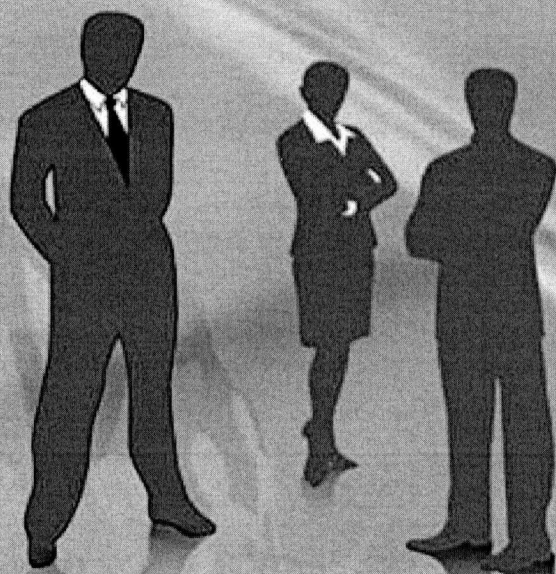


Proceedings

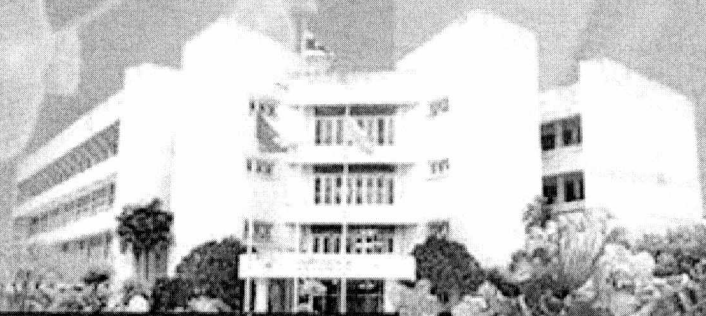
การประชุมวิชาการระดับชาติ

ศึกษาศาสตร์วิจัย ครั้งที่ 1



• คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557
ณ โรงแรมทรรษา 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
(สงวนลิขสิทธิ์)

พิมพ์ที่ บริษัท แม็กซ์มีเดีย วาย 2 เคเพรส จำกัด
18 ถนนตันรัตนากร(ตรงข้ามโรงแรมเอ็มเพอเรียร์) 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.ชิตชนก เชียงแก้ว
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงศ์ แก่นอินทร์
3. รองศาสตราจารย์ ดร.คณิตา นิจรักกุล
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย นภาพงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพัทธ์ ทองแท้
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สัปพันธ์
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรินทร์ อักษรนิตย์
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมดี อาพัฒน์นันท
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุใจ ส่วนไพโรจน์
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริยา คูหา
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษตรชัย และหิม
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สามารถ ทองเผื่อ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ธรรมสังการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เครือศรี วิเศษสุวรรณภูมิ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กุสุมา ล่ามัญ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บัณฑิต ดุลยรักษ์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาฟีฟิ ลาเต๊ะ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิฟาริต ระเด่นอามัด
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรเพ็ญ ภัทรนุชาพร
21. อาจารย์ ดร.อุสมาน สารี
22. อาจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ รอบคอบ
23. อาจารย์ ดร.มัยดี แวดราแม
24. อาจารย์ ดร.ณัฐินี โมพันธ์
25. อาจารย์ ดร.ศักรินทร์ ชนประชา
26. อาจารย์ ดร.ธีระยุทธ รัชชะ
27. อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ กาจญญาญา
28. อาจารย์ ดร.โอภาส เกาไศยาภรณ์
29. อาจารย์ ดร.นที บัญจันทร์
30. อาจารย์ ดร.ฐปนวรรษ์ ประทีปเกาะ
31. อาจารย์ ดร.วุฒิชัย เนียมเทศ
32. อาจารย์ ดร.ฤทัยชนนี สิทธิชัย
33. อาจารย์ ดร.วันพิชิต ศรีสุข
34. อาจารย์ ดร.บุญญาสา แซ่หล่อ
35. อาจารย์ ดร.อนุวัติ สงสม
36. อาจารย์ ดร.ฮัมเดีย มุดอ
37. อาจารย์ ดร.วารุณี ณ นคร



38. อาจารย์ ดร.มอัสซัล บินแสละ
39. อาจารย์จุทา ธรรมชาติ
40. อาจารย์สนั่น เพ็งเหมือน
41. อาจารย์ยุพดี ยศวริศสกุล
42. อาจารย์ฮามีดี๊ะ มุสอ
43. อาจารย์วิมล ภคธีรเจียร
44. อาจารย์สุรรัตน์ รงเรือง
45. อาจารย์จารึก อรรถสงเคราะห์
46. อาจารย์วัฒน์ะ พรหมเพชร
47. อาจารย์ยุพาวัดน์ อัมชูวัฒนา
48. อาจารย์รอฮานา ซนีย์เย็ง
49. อาจารย์ลลิตา บุญธง
50. คุณรสเม้าะ มะมิง

มหาวิทยาลัยทักษิณ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นิรันดร์ จุลทรัพย์
2. รองศาสตราจารย์น้อม สังข์ทอง
3. รองศาสตราจารย์สุเทพ สันติวรานนท์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรา กล้านรงค์
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข อุดม
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรวรรณี ลิ้มอักษร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. รองศาสตราจารย์ ดร.กนกอร สมปราชาญ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ถนอมวรรณ ประเสริฐเจริญสุข
3. รองศาสตราจารย์ ดร.มงคล ดอนขวา
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา อารีรัตน์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ วิจักขณาลัญญ์
6. รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี ชัยเจริญ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวีรี ศิวะแพทย์
8. รองศาสตราจารย์ประภาพร ศรีตระกูล
9. รองศาสตราจารย์ลัดดา ศิลาน้อย
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุณี ชามาศย์
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวี สระน้ำคำ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย เนตรถนอมศักดิ์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรี จันทรเพ็ง
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ เต็มเดชาติพงศ์
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรินทิพย์ รักษาสัตย์
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพล อาจอินทร์
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนนชาติ เจริญครบุรี
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี สิริสุขศิลป์



19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังคณา ตุงคะสมิต
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ก้านจักร
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา ดาราศักดิ์
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทมพร ทนินชัยบุตร
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิ วนิชาชีวะ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราวิรัช เผือกพันธ์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธชา รุญเจริญ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นพดล มีไชโย
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปนัดดา ญวนกระโทก
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ สิมารักษ์
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลิขิต อมาตยคง
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภชัย แสงสุทธิ
31. อาจารย์ ดร.จตุภูมิ เขตจัตุรัส
32. อาจารย์ ดร.นฤมล อินทร์ประสิทธิ์
33. อาจารย์ ดร.ประกฤติยา ทักษิโณ
34. อาจารย์ ดร.ประยุทธ ชูสอน
35. อาจารย์ ดร.วายุ กาญจนสร
36. อาจารย์ ดร.สมพงษ์ พันธุ์รัตน์
37. อาจารย์ ดร.อนุชา โสมาบุตร
38. อาจารย์ปรีชา เครือวรรณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลวรรณ ตั้งธนนานท์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ สมพงษ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา นันทะไชย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมภรณ์ พิมพ์ทอง
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมธินี วงศ์วานิช รัชมภาภรณ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
2. รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงษ์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกนถุน บางท่าไม้
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ
6. อาจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ เหมะประสิทธิ์



มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ ยง่วน

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรนุช ศรีสะอาด

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อาจารย์สรเพชร เทียงเกต

ข้าราชการบำนาญ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.มารุต คำชะอม
2. รองศาสตราจารย์ปราณี ทองคำ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ บุญช่วย
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำภา บุญช่วย
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี นิลกรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัศน์ัย กิรดิรัตน์นะ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เศรษฐขจร

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

อาจารย์ ดร.สมประสงค์ เสนารัตน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาจารย์พัทธา สุวรรณแสน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

อาจารย์ ดร.สุมาลี พงศ์ติยะไพบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราตรี นันทสุนันท์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระยุทธ ชาตะกาญจน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยารัตน์ คงนาลี

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

อาจารย์นิมารูณี หะยีวาเงาะ



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

อาจารย์สุดคณิง ณ ระนอง

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิน เดชพิชัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ ทิพย์รัตน์

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

อาจารย์ ดร.นพมาศ อัครจันทโชติ

มหาวิทยาลัยฟาฏอนี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุวัฒน์ สองเมือง

วิทยาลัยเซนต์หลุยส์

อาจารย์ ดร.สมชาย แซ่เตียว

นักวิจัยอิสระ

ดร.เดช เกตุฉ่ำ

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา

ดร.ปานเทพ ลาภเกษตร
อาจารย์ภานุพงษ์ พนมวัน

สำนักงานศึกษาธิการ ภาค 8

อาจารย์กมลวรรณ กลั่นเกลี้ยง

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1

ดร.ชาร์รฟ์ห์ สือนิ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2

อาจารย์มุฮัมมัดฮัสสัน อาสลัม อัลอิดลาส

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 3

ดร.พิทยุทธ์ กงกุล
อาจารย์นียอ บาฮา

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา 15

ดร.อาอีดีะ ยีเจ๊ะนิ

ธนาคารออมสิน สาขาสาบบุรี

คุณกิพีรี อูมาร์



การตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมา
ที่ระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

The Realizing Sustainable Environmental Conservation Affect to Buying MaMa Instant Noodles
Identify Carbon Footprint of Silpakorn University Phetchaburi IT Campus Students.

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹ กมลชนก สุขประสงค์² และศิริดา รัตนพร^{2*}

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษาศาขการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*E-mail : Sirada11@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาที่ระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาในแต่ละสาขาวิชา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Questionnaire) มีค่าความค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2556 จำนวน 368 คน ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.4 อายุระหว่าง 21-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.5 มีรายได้รับจากบิดา-มารดา คิดเป็นร้อยละ 85.1 ส่วนมากมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.2 (2) ผลการศึกษาทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมา ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.71 อยู่ในระดับที่มาก โดยส่วนใหญ่จะเป็นทางด้านการจำหน่ายในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (3) ผลการศึกษาในเรื่องความรู้ด้านผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสีสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.05 อยู่ในระดับที่มาก ซึ่งได้แสดงความคิดเห็นว่าสินค้านั้นต้องมีการระบุฉลากสีเขียวไว้บนตัวสินค้ามากที่สุด (4) ผลการศึกษาทางด้านการมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.90 อยู่ในระดับที่ปานกลาง ซึ่งผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในด้านการสละเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์มากที่สุด

คำสำคัญ : การตระหนักถึง คาร์บอนฟุตพริ้นต์ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมา

Abstract

This research intends to study the realizing sustainable environmental conservation affect to buying MaMa instant noodles identify Carbon Footprint of Silpakorn University Phetchaburi IT Campus students. Using the quota sampling for data collection from each major. The study tool is the questionnaire that result is reliability alpha of 0.96. Sample group is 368 numbers of students of Silpakorn University Phetchaburi IT Campus which is studying in the academic year 2556. The results showed that (1) the majority of respondents were female, accounting 58.4 percent which has ages range between 21-24. Accounting 53.3 percent of revenues from father and mother that amounts of the average revenues is more than 5,000 baht, accounting 49.2 percent. (2) The study of factor marketing mix to buying MaMa instant noodles identify Carbon Footprint, found the total average is 4.08 and the standard deviation is 0.71 which has high level in distribution channel of buying product of customers.(3) The study of knowledge about environmental conservation package of customers, found the total average is 3.71 and



the standard deviation is 1.05 which has expressing an opinion that should have identify the green label on the product. (4) The study result of The participation in product consumption identify Carbon Footprint, found the total average is 3.30 and the standard deviation is 0.90. It's in medium level which the consumer will have most participate in devote time for buying product that identify Carbon Footprint.
คำสำคัญ : The Realizing, Carbon Footprint, MaMa instant noodles

บทนำ

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมต่างๆของมนุษย์อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นจากการใช้พลังงาน การเกษตร การพัฒนาและขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม การขนส่ง รวมถึงการตัดไม้ทำลายป่าและการทำลายสิ่งแวดล้อมในรูปแบบอื่นๆ ล้วนเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิดภาวะโลกร้อน ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีพของมนุษย์ สิ่งมีชีวิต และสิ่งแวดล้อมที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อลดภาวะโลกร้อน จึงเป็นหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรมในฐานะผู้ผลิต ภาคบริการในฐานะผู้ขับเคลื่อนกิจกรรม รวมถึงภาคประชาชนในฐานะผู้บริโภค การเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อย จึงเป็นทางหนึ่งที่ผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และยังเป็นกลไกทางการตลาดในการกระตุ้นให้ผู้ผลิตพัฒนาสินค้าที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามความต้องการของผู้บริโภคด้วย

"คาร์บอนฟุตพริ้นท์" หมายถึง ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วย ตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง การประกอบชิ้นส่วน การใช้งาน และการจัดการซากผลิตภัณฑ์หลังใช้งาน โดยคำนวณออกมาในรูปของคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ที่จะติดบนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ นั้น เป็นการแสดงข้อมูลให้ผู้บริโภคได้ทราบ

ในปัจจุบันหลายองค์กรให้ความสนใจเกี่ยวกับการตลาดเพื่อสังคม(Social Marketing)เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ว่าด้วยการใช้เทคนิคทางการตลาดเข้ามาสอดแทรกและวิธีการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีประเด็นทางสังคมเป็นสำคัญ ในปัจจุบันเริ่มหันมาสนใจระบอบการส่งเสริมแนวคิดด้านสังคมต่อผู้บริโภคในเรื่องที่กำลังเป็นกระแสมากยิ่งขึ้น โดยบริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ได้มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งทางบริษัทจึงได้มีการระบุจำนวนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon footprint) บนสินค้ามา โดยมิวัตถุประสงค์ในการวัดปริมาณก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด ที่ปลดปล่อยออกจากทุกกิจกรรมของการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมา การขนส่ง จนถึงการใช้งานของผู้บริโภค และการจัดการซาก ซึ่งมีการคำนวณออกมาในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และเปิดเผยข้อมูลให้แก่สังคมเพื่อเป็นทางเลือกในการบริโภคของผู้ที่ห่วงใยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มาที่ระบุคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ขอบเขตด้านการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาการตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์มาที่ระบุคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีจากปัจจัยทางด้านบุคคล ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม ต่อการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
2. ขอบเขตประชากร คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
3. ขอบเขตระยะเวลา โดยได้มีการศึกษาช่วงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557



วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง

จากการศึกษามีการใช้ประชากรศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 4,912 คน (นักศึกษาประจำปีการศึกษา 2556) ประชากรตัวอย่างที่ใช้จำนวน 368 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากวิธีของยามาเน่ Yamene's (ประสพชัย พสุนนท์2553: 41) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถคำนวณได้จากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่

n = จำนวนตัวอย่าง

N = แทนขนาดของประชากร

e = แทนค่าความคลาดเคลื่อน

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามคณะวิชา

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี		
คณะวิชา	จำนวน(คน)	จำนวน(ชุด)
คณะวิทยาการจัดการ	198	198
คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร	85	85
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	85	85
รวม	368	368

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออะไหล่สำเร็จรูป กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์มาม่าที่ระบุงคาร์บอนฟุตพริ้นต์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานด้านปัจจัยของบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา คณะ รายได้ต่อเดือน ซึ่งลักษณะแบบสอบถามนั้นจะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าอะไหล่สำเร็จรูปมาม่า โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นคำถามเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด 2543:100-103) โดยกำหนดให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
คะแนน	3	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย
คะแนน	1	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ด้านผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อมต่อการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์อะไหล่สำเร็จรูป กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์มาม่าที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นอื่นๆ



ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 368 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.4 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.6 มีอายุอยู่ระหว่าง 21-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.5 มากกว่าอายุระหว่าง 18-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.5 โดยส่วนใหญ่จะเป็นชั้นปีที่ 3 ถึงร้อยละ 43.5 รองลงมา ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 19.8 ชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 18.5 และชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 18.2 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาที่มาของรายได้ พบว่าโดยส่วนใหญ่จะได้รับจากบิดา-มารดาร้อยละ 85.1 และจากกองทุนเพื่อการศึกษา ร้อยละ 14.9 มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท มากถึงร้อยละ 49.2 มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 4,001-5,000 บาท ร้อยละ 25.5 และรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 3,001-4,000 บาท ร้อยละ 25.3

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปปามา ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์

ผลการศึกษาทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปปามา ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.71 อยู่ในระดับที่มาก ผู้บริโภคนั้นสามารถเข้าถึงในเรื่องของช่องทางจำหน่ายได้มากที่สุด รองลงมาคือทางด้านของราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของสินค้าและด้านการส่งเสริมการตลาด สุดท้ายคือด้านผลิตภัณฑ์ ถึงอย่างไรก็ตามปัจจัยทุกด้านนั้นถือว่าเป็น องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดต่างก็ที่มีความสำคัญ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปปามา ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1.รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สะอาดเป็นที่น่าดึงดูดใจ	3.91	0.69	มาก
2.คุณภาพของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปปามา ได้รับการรับรองมาตรฐาน	3.99	0.73	มาก
ปัจจัยด้านราคา			
3.ความเหมาะสมของราคาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปปามา เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยี่ห้ออื่น	4.06	0.68	มาก
4.ความเหมาะสมของราคาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปปามา เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของสินค้า	4.09	0.68	มาก
ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
5.สถานที่จำหน่ายสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปปามา สามารถหาซื้อได้ง่าย	4.35	0.82	มากที่สุด
6.รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์ มีการแยกประเภท และสามารถมองเห็นอย่างชัดเจน	4.15	0.65	มาก
7.ผลิตภัณฑ์ มีการวางขายตลอดเวลา	4.22	0.75	มากที่สุด
8.สถานที่จัดจำหน่าย มีความสะอาด และแสงสว่างเพียงพอ	4.12	0.63	มาก
ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด			
9.มีการทำโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้	4.11	0.61	มาก
10.มีการจัดโปรโมชั่นในการขาย ณ จุดขาย เช่น ส่วนลด ของแถม ฯลฯ	3.80	0.90	มาก
รวม	4.08	0.71	มาก



ตอนที่ 3 ผลการศึกษาในเรื่องความรู้ด้านผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ด้านผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.05 อยู่ในระดับที่มาก ซึ่งได้แสดงความคิดเห็นว่าสินค้านั้นต้องมีการระบุฉลากสีเขียวไว้บนตัวสินค้ามากที่สุด โดยมีการแสดงความคิดเห็นด้วยมาก เฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ กระบวนการผลิตมีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย 3.76 มีระดับความคิดเห็นมาก การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าสามารถย่อยสลายได้เอง สิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย 3.76 มีระดับความคิดเห็นมากบรรจุภัณฑ์มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ อย่างชัดเจน สิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย 3.63 มีระดับความคิดเห็นมาก และสินค้าที่ผลิตจากวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ในการผลิตใหม่ได้ สิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย 3.57 มีระดับความคิดเห็นมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ด้านผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม

ลักษณะสำคัญ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. กระบวนการผลิตมีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.76	0.94	เห็นด้วยมาก
2. การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าสามารถย่อยสลายได้เอง	3.76	1.10	เห็นด้วยมาก
3. บรรจุภัณฑ์มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ อย่างชัดเจน	3.63	1.08	เห็นด้วยมาก
4. สินค้าที่ผลิตจากวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ในการผลิตใหม่ได้	3.57	1.16	เห็นด้วยมาก
5. สินค้าต้องมีการระบุ ฉลากสีเขียวไว้บนตัวสินค้า	3.82	1.00	เห็นด้วยมาก
รวม	3.71	1.05	มาก

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาทางด้านการมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์

พฤติกรรมการมีส่วนร่วม	ระดับการมีส่วนร่วม		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความถี่ในการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมา่าระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์	3.32	0.93	ปานกลาง
2. ปริมาณในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมา่าที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์	3.25	0.94	ปานกลาง
3. การสละเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์	3.36	0.82	ปานกลาง
4. มีการเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์	3.23	0.87	ปานกลาง
5. เมื่อท่านได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากสื่อ ทำให้มีการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมา่าระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ เพื่อเกิดการตระหนักรู้ถึงสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	3.33	0.92	ปานกลาง
รวม	3.30	0.90	ปานกลาง



ผลการศึกษาด้านการมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.90 อยู่ในระดับที่ปานกลาง ซึ่งผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในด้านการสละเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.36 ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง หลังจากที่ผู้บริโภคชาวสารการประชาสัมพันธ์จากสื่อ ทำให้มีการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาชำระคาร์บอนฟุตพริ้นต์ เพื่อเกิดการตระหนักรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ค่าเฉลี่ย 3.33 มีระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง ความถี่ในการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาชำระคาร์บอนฟุตพริ้นต์มีค่าเฉลี่ย 3.32 ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง ปริมาณในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาชำระคาร์บอนฟุตพริ้นต์ มีค่าเฉลี่ย 3.25 ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง มีการเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าระดับความคิดเห็นของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเพรซิเดนท์ ฟุตส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสามารถจำแนกหลายด้านจะพบว่า ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม พบว่าผู้บริโภคมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม และมีความต้องการการระบุฉลากเขียวในตัวผลิตภัณฑ์ของตัวสินค้าเป็นอันดับแรก อีกทั้งได้ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยระดับการมีส่วนร่วมที่มากที่สุดคือ การสละเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์

จากผลการศึกษานี้สามารถสรุป การตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์มาชำระคาร์บอนฟุตพริ้นต์ พบว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมผู้บริโภคมีการตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยสามารถเข้าถึงจากช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งผู้บริโภคจะมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งต้องการมีส่วนร่วมโดยการสละเวลาซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ในตัวผลิตภัณฑ์สินค้า

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อมสินค้าที่มีการระบุฉลากสีเขียว ไว้บนตัวสินค้า และในด้านการมีส่วนร่วมในการสละเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ ซึ่งกรณีของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาชำระคาร์บอนฟุตพริ้นต์บนตัวสินค้า แต่มีเพียงแบบของเท่านั้นที่ระบุ อาจจำเป็นต้องระบุบนตัวบรรจุภัณฑ์ทุกแบบ

2) บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาชำระคาร์บอนฟุตพริ้นต์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพราะผู้บริโภคสามารถเข้าถึงตัวสินค้าได้ง่าย แต่ยังมีจุดอ่อนทางการประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงการรับรู้ของผู้บริโภค ควรมีการสนับสนุนในด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างการตระหนักในการซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษารุ่นต่อไปผู้วิจัยเสนอให้มีการศึกษาต่อจากวิจัยในครั้งนี้เพื่อต่อยอดการวิจัยในการพัฒนากลยุทธ์ทางด้านสร้างการรับรู้การตระหนักสินค้าที่ระบุคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของผู้บริโภคที่จะส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาชำระคาร์บอนฟุตพริ้นต์เพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กาพล ต้นติปัญญาเทพ. 2552. พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสิ่งขมหานสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร. วิทยุตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- บุญเกียรติ ชิวะตระกูลกิจ. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 11. นนทบุรี: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- บุญชม ศรีสะอาด. 2543. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สุริยสาสน์การพิมพ์



การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557 ณ โรงแรมสรรษา เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

- ประสพชัย พสุนนท์. 2553. สถิติธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป
พีพัฒนา นนทนาธรณ์. 2553. การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: ริงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. 3 กุมภาพันธ์ 2557. จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต
สารสนเทศเพชรบุรี. เข้าถึงจาก: <http://www.pitc.su.ac.th>
วิทวัส รุ่งเรืองผล. 2552. หลักการตลาด (Principle of Marketing). พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก๊อปปี้(ประเทศไทย)
สมพงษ์ เพ็ญอารมย์. 2550. บรรจุภัณฑ์กับการส่งออก. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์
สุภมาส ศรีวิบูลย์. 2553. พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของ
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิจัยตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2555. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป
ศิริชัย สาครรัตนกุล. 2554. "CSR กับ SRI คืออะไร." [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงจาก:
<http://www.csri.or.th/new2012/index.php?option> (11 มกราคม 2557)
Webmaster. 2553. "นิยาม ความหมายของ CSR." [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงจาก:
http://www.csri.or.th/new2012/index.php?option=com_k2&view=item&id=183 (11 มกราคม 2557)