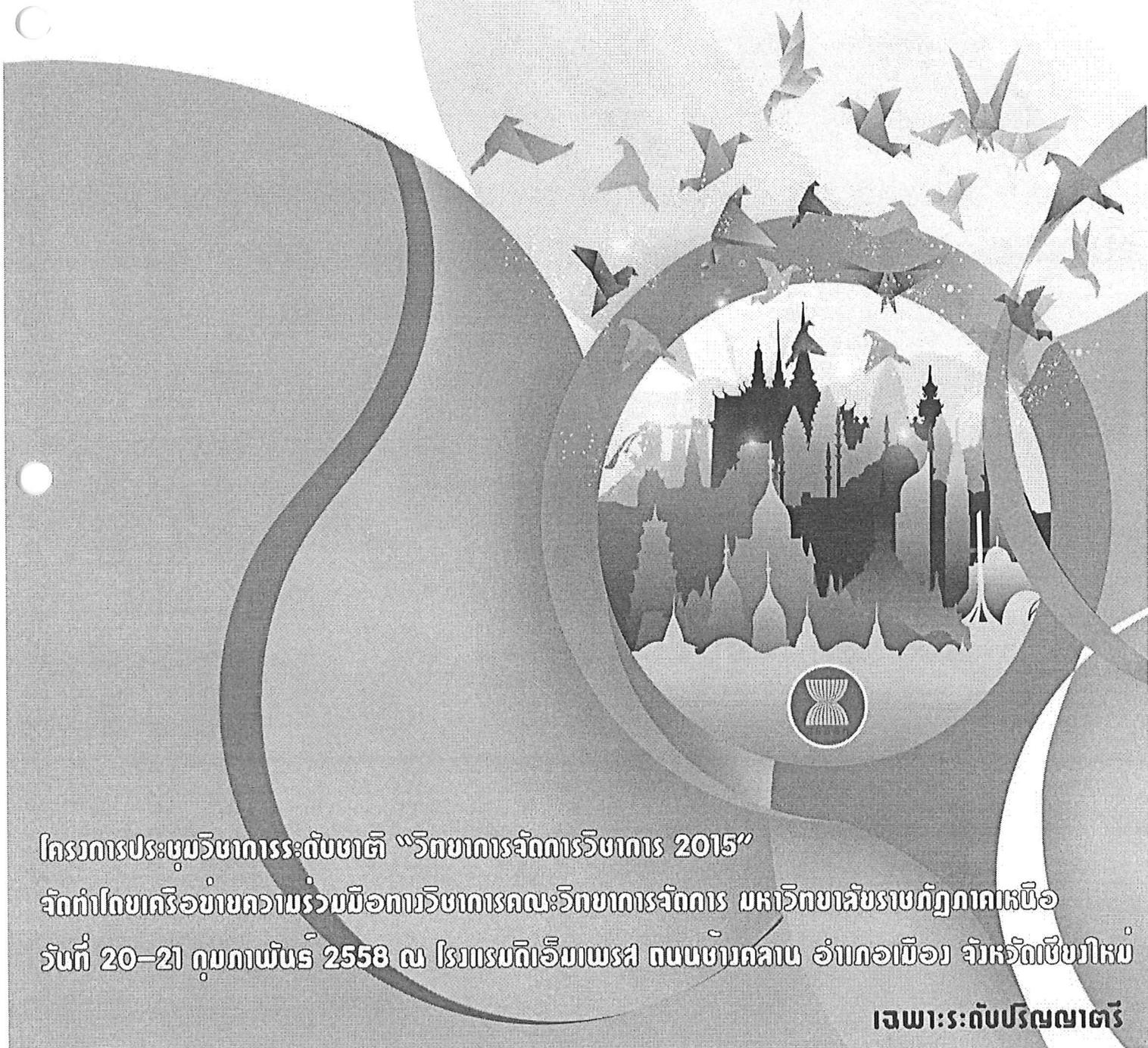




การประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015" วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน

คณะวิทยาการจัดการ
เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ



โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015"
จัดทำโดยเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ
วันที่ 20-21 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส ถนนช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เฉพะาระดับปริญญาตรี

คำนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ร่วมกับ เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย ได้จัดการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อ สร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน ในระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดิเอ็ม เพรส จังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นโดยมุ่งเป็นเวทีนำเสนอผลงานวิชาการ งานวิจัย งานวิจัยในชั้นเรียน การ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ทางด้านงานวิจัย และการเผยแพร่ผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อ องค์การสาธารณชนและวงวิชาการของนักวิจัย อาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

สำหรับการจัดทำเอกสารประกอบการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากความร่วมมือของหลายฝ่าย ขอขอบคุณนักวิจัย คณะทำงาน ตลอดจนผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารฉบับนี้คงอำนวย ประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องตามสมควร

คณะกรรมการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการ
20 กุมภาพันธ์ 2558

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ
 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน”
 วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558
 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ	สกุล	มหาวิทยาลัย
1	ศาสตราจารย์ ดร.	ทรงศักดิ์	ศรีบุญจิตต์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2	รองศาสตราจารย์ ดร.	อารีย์	เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
3	รองศาสตราจารย์ ดร.	นรินทร์	นำเจริญ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4	รองศาสตราจารย์ ดร.	ธเนศ	ศรีวิชัยลำพันธ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5	รองศาสตราจารย์ ดร.	อภิรักษ์	จันตะนี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุยงยา
6	รองศาสตราจารย์	จำเนียร	บุญมาก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
7	รองศาสตราจารย์	ธีรภัทร	วรรณฤมล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ประยุทธ์	วรรณอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ปรีดา	ศรีนฤวรรณ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ภูษนิศา	เดชเกิง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	เยาวเรศ	เขาวนพูนผล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	พิชาภพ	พันธุ์แพ	มหาวิทยาลัยพายัพ
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อายุส	ห้วยเย็น	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ชัยศ	สัมฤทธิ์สกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	สิริศักดิ์	รัชชุตานติ	มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	หัตพงษ์	อวิโรธนานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อนันตกุล	อินทรผดุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
18	อาจารย์ ดร.	กัญญพัสวี่	กล่อมธงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
19	อาจารย์ ดร.	ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
20	อาจารย์ ดร.	รัฐนันท์	พงศ์วิริทธิ์ธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
21	อาจารย์ ดร.	ณภัทร	ทิพย์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ชร.
22	อาจารย์ ดร.	ชัยเสกข์	พรหมศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
23	อาจารย์ ดร.	ภัทริกา	มณีพันธ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
24	อาจารย์ ดร.	ฐติกุล	ไชยวรรณ	มหาวิทยาลัยพายัพ
25	อาจารย์ ดร.	เทียน	เลรามัญ	มหาวิทยาลัยพายัพ
26	อาจารย์ ดร.	สุจิรา	ไชยกุลสินธุ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
27	อาจารย์ ดร.	อนุชา	กันทรดุษฎี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
28	อาจารย์ ดร.	ชัยวัฒน์	นันทศรี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

29	อาจารย์ ดร.	สุทธิลักษณ์	ชนะสุข	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอ่างทอง ศาลากลางจังหวัดอ่างทอง
30	อาจารย์ ดร.	พึงใจ	พิชยอนุรัตน์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (วิทยาเขตบางนา)
31	อาจารย์ ดร.	สิริกร	สันติโรจนกุล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
32	อาจารย์ ดร.	วสุวรรณ์	พงศัขจร	มหาวิทยาลัยศรีปทุม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ
 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน”
 วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558
 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ	สกุล	มหาวิทยาลัย
1	ศาสตราจารย์ ดร.	มนัส	สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
2	รองศาสตราจารย์ ดร.	สมเดช	มุงเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
3	รองศาสตราจารย์ ดร.	ปจรรย์	ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
4	รองศาสตราจารย์ ดร.	บุญทวรรณ	วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
5	รองศาสตราจารย์ ดร.	วีระศักดิ์	สมยานะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
6	รองศาสตราจารย์	พิไล	เลิศพงศ์พิรุฬห์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	สมบัติ	สิงฆราช	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กมลณัฐ	พลวัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ธรรมกิตต์	ธรรมโม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อนุวัติ	ศรีแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กมลทิพย์	คำใจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กรวีร์	ชัยอมรไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	เพชรรา	บุคสีทา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	รัชนีวรรณ	บุญอนนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	สมเกียรติ	ชัยพิบูลย์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ไพฑูรย์	อินตะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	จตุรภัทร	วงศ์สิริสถาพร	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อิราวัฒน์	ชมระกา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	กิ่งดาว	จินดาเทวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ปัญญिता	ชัยสนิท	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	พนิตสุภา	ธรรมประมวล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	วริศรา	เหล่าบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	นวพร	ประสมทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	บุษยากร	ตีระพุดติกุลชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	วัฒนา	เย็นยง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	ปานฉัตร	อาการักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	เสรี	ปานชาง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	อโนดาช	รัชเวทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

29	อาจารย์ ดร.	ปะราสี	อเนก	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
30	อาจารย์ ดร.	กัลยา	ใจรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
31	อาจารย์ ดร.	อรกัญญา	กาญจนธารากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
32	อาจารย์ ดร.	กาญจนา	สุระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
33	อาจารย์ ดร.	ประภาส	ณ พิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
34	อาจารย์ ดร.	เสริมศิริ	นิตดำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
35	อาจารย์ ดร.	สุทธธีรัตน์	พลอยบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
36	อาจารย์ ดร.	อุษณีย์	เส็งพานิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
37	อาจารย์ ดร.	ธัมมะทินนา	ศรีสุพรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
38	อาจารย์ ดร.	ลัสดา	ยาวิละ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
39	อาจารย์ ดร.	ศุภฤกษ์	เมธีโกคพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
40	อาจารย์ ดร.	โอหาร	เชี่ยวชาญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
41	อาจารย์ จสต.ดร.	จอห์นนพดล	วศินสุนทร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
42	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศุภฤกษ์	ธราพิทักษ์วงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
43	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ธวัชชัย	บุญมี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
44	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	จิรวรรณ	บุญมี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
45	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	เดชวิทย์	นิลวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
46	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศิริจันทร์	เชื้อสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
47	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	พรพิมล	วงศ์สุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
48	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ศิรสา	สอนศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
49	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	รัชนิกร	ปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
50	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ดารารัตน์	ไชยาโส	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
51	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	มานพ	ชุ่มอุ่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
52	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นงลักษณ์	เรืองวิทยากรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้าง
เทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

**Factors Influence towards eco-product purchasing of Customers
in Tesco Lotus, Amphur Muang, Suphanburi Province**

จิตพนธ์ ชุมเกต, กิตติพันธ์ กุลชาติสถาพร, นุสรา ทาสอนพันธ์

Jittapon Chumkate, Kittipun Kullachartsataporn, Nusara Tasonpan

สาขาการตลาด, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร, วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, จังหวัดเพชรบุรี

Kittipun408@gmail.com , nus-1992@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่มาใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เพราะปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ โดยเฉลี่ยจะซื้อผลิตภัณฑ์น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ซื้อคือภาชนะใส่อาหาร 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมี 9 ด้าน คือ ด้านการบริการซึ่งมีค่ามากที่สุดรองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการด้านการส่งเสริมการขาย ด้านราคา ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการรับรู้

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม, การวิเคราะห์ปัจจัย

Abstract

Purposes of research are 1) to study the behavior of consumer product purchase in order to influence the customer's environment. In Tesco Lotus, Amphoe Mueang Suphanburi 2) to study the factor influencing purchasing the product to the customer's environment In Tesco Lotus, Amphoe Mueang Suphanburi. Samples are used in research is those who use the service in Tesco Lotus, Amphoe mueang Suphanburi of 400 people, a tool used in the research of statistical questionnaires is used in the data analysis, including hundreds of values, average value and standard deviation. The results showed that 1) the behavior that influence for purchasing the product to the environment, most customers buy a products because of safety is not harmful to health. On the average, consumer will buy a product less than 2 times per month. Environmental product category purchased is a food rack 2) factors that

influence the purchases of the product to the environment has 9 sides, there is the service, which was the highest followed by the distribution channel, the process, the promotion, price, the reliability, the employee, the physical characteristics and the recognition.

Keywords: Green product, Factor Analysis

1. บทนำ

ปัญหาโลกร้อนเป็นประเด็นที่ทุกคนได้รับผลกระทบไม่มากนักน้อยจากภัยธรรมชาติที่มนุษย์เป็นต้นเหตุก่อขึ้นมาต่อเนื่องยาวนาน ซึ่งระบบอุตสาหกรรมที่มนุษย์เป็นเจ้าของ คือส่วนที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด โดยไม่ใส่ใจกับผลกระทบที่ตามมา ซึ่งสุดท้ายแล้วผลกระทบก็จะตกไปที่อุตสาหกรรมเช่นกัน จึงมีการพัฒนาในเรื่องของผลิตภัณฑ์และเรื่องของกระบวนการให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเราสามารถนำมาใช้ในปัจจุบัน เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่ร้ายแรงที่สุดที่เกิดจากโลกที่กำลังร้อนขึ้นไป (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2557)

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมได้ โดยการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากกระบวนการและเทคโนโลยีที่ใส่ใจกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้กระบวนการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ใช้พลังงานจากน้ำและไฟฟ้าในการผลิตอย่างคุ้มค่ามากที่สุด จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์เป็นผลิตภัณฑ์ และจัดจำหน่ายให้กับตลาดผู้บริโภคต่อไป (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2556)

ปัจจุบันหลายองค์กรโดยเฉพาะโรงงานอุตสาหกรรมอาคารสำนักงานต่างๆ ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างดี ทั้งด้านการประหยัดพลังงานและสิ่งแวดล้อม ส่วนในด้านของการแข่งขันด้านการค้า เทสโก้ โลตัส ได้นำระบบการควบคุมคุณภาพในระดับสากลที่มีมาตรฐานสูงสุดมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิต กระบวนการแปรรูป กระบวนการจัดเตรียมอาหารและรวมถึงระบบความปลอดภัยของอาหาร ที่ได้ผ่านการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

การที่ผู้บริโภคจะเลือกใช้สินค้าสีเขียวได้นั้นต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมซึ่งมีต้นทุนค่าใช้จ่าย จากการต้องไปซื้อสินค้าสีเขียวที่มีราคาแพงกว่าสินค้าทั่วไป ทั้งประโยชน์หรือคุณค่าที่แตกต่างกัน การลงทุนนี้จะก่อประโยชน์ไม่ใช่แค่ตัวผู้บริโภคสินค้าสีเขียวเท่านั้น แต่รวมถึงประโยชน์ต่อสาธารณะด้วย โดยผลักดันให้ผู้ผลิตสินค้าสีเขียวออกมาสู่ตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้าในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้เทคโนโลยีที่ใช้ทรัพยากรน้อยลง การใช้พลังงานทดแทนในกระบวนการผลิต ให้ความมั่นใจกับภาคธุรกิจเรื่องการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสีเขียวสามารถเข้าถึงการทำธุรกิจสีเขียวได้ง่าย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัด สุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

3. ขอบเขตของการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วยข้อมูล ด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ในเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

3.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น 1.เพศ 2.อายุ 3.สถานภาพ 4.รายได้ 5.การศึกษา 6.อาชีพ

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

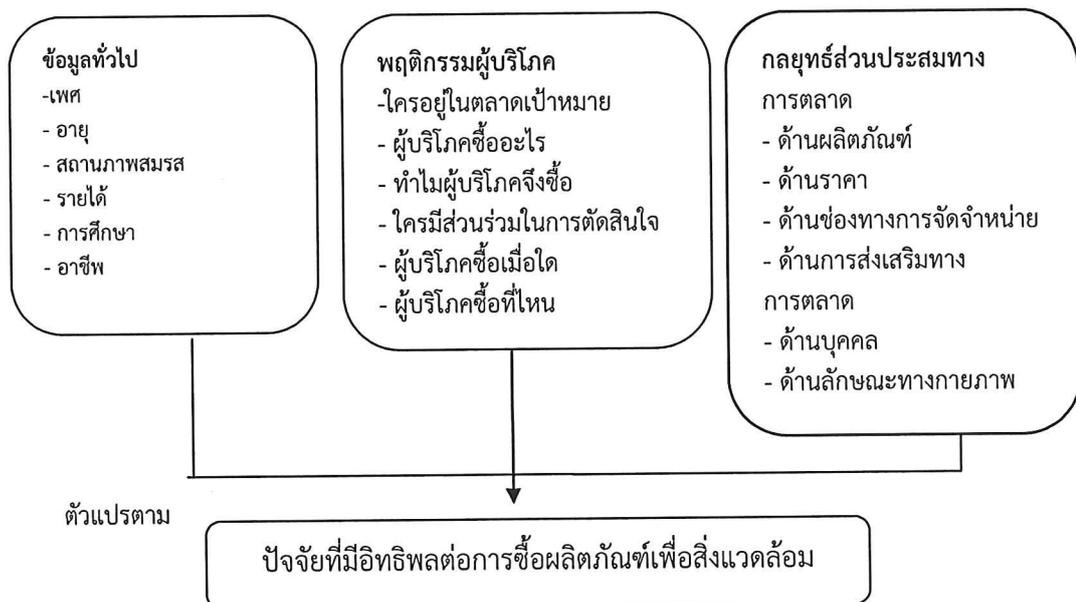
พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาคือ เทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

3.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาคือ สิงหาคม-พฤศจิกายน พ.ศ 2557

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

4. วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ออกแบบวิธีการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์

4.1 ประชากรที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ที่มาใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 5,416,667 คน (ข่าวธุรกิจการตลาด, 2556)

4.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 5,416,667 คน ตามวิธีของTaro Yamane (ประสพชัย พสุนนท์, 2553) มีสูตรดังนี้

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

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ คลาดคลาตเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับความเชื่อมั่น95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{5,416,667}{1 + 5,416,667(0.05)^2}$$

จากการแทนค่าสูตรดังกล่าวได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 399.99 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและความเหมาะสมผู้ศึกษาจึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

4.3 การหากรกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) คือเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการ เทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนดไว้ คือ 400 คน

4.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งหมด 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คือศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ของผู้ที่ใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 2 คือ แบบสอบถามด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 3 คือ แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

4.5 การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คุณภาพด้านความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถาม ให้อาจารย์พิจารณาความสอดคล้องกันระหว่างคำถามกับเนื้อหาของงานวิจัย คุณภาพของเครื่องมือวัดที่ได้ถูกต้องตรงตามเนื้อหาที่ต้องการ ความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัยและใช้เครื่องมือวิจัยสามารถวัดได้ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมด จากนั้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความครอบคลุม ความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย คำนิยามศัพท์ ความเหมาะสมทางด้านภาษาของข้อคำถาม แล้วนำมาหาค่า IOC (Item-Objective Congruence Index)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลใน เทศโกโลดัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามทำครบทุกข้อคำถาม จึงนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถาม

5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าวิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ต่างๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้ทำการรวบรวมข้อมูลไว้แล้ว ในลักษณะเอกสารที่ตีพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เผยแพร่ของหน่วยงานต่างๆ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามทั้งหมด มาจัดระเบียบข้อมูลลงรหัสและทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW (Statistical Package for the Social Sciences for Window) ในส่วนของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเข้าร่วมโครงการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใช้ค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)(S.D.)

6.2 ใช้เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามตอนที่ 3 แบบวัดระดับปัจจัยด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้คะแนนเฉลี่ยและการแปลผล ทั้ง 7 ด้าน ตามแนวทางของแวนทิตซ์ หนุทอง, 2553:76 มีรายละเอียดดังนี้ คือ (1)คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 คือระดับความคิดเห็นมากที่สุด(2)คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 คือระดับความคิดเห็นมาก (3)คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 คือระดับความคิดเห็นปานกลาง(4)คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 คือระดับความคิดเห็นน้อย (5)คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 คือระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

7. สถิติที่ใช้ในการศึกษา

7.1 การแปลความหมายข้อมูล (Interpretation) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive research) อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ในการอธิบายและนำเสนอในรูปแบบตารางเป็นร้อยละ

7.2 วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง นำมาแจกแจงในรูปของค่าความถี่ และสถิติเบื้องต้น เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การประชุมวิชาการระดับชาติ “วิทยาการจัดการวิชาการ 2015”วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน

8. สรุปผลการวิจัย

8.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่มาใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นร้อยละ 56.00 มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.00 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.00 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 26.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00

8.2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัสส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อคือ ปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 32.00 โดยเฉลี่ยจะซื้อผลิตภัณฑ์น้อยกว่า 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม 1-2 ชิ้น/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.00 ประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ซื้อคือภาชนะใส่อาหารคิดเป็นร้อยละ 32.00 มีระยะเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.00 ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 54.00 ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมโดยข้อมูลจากสื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 34.00

8.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี มีจำนวน 9 ด้านแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

8.3.1 ปัจจัยด้านพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่า ($\bar{X}=3.79$, $S.D=0.05$) มีค่า Eigen values =4.45 และอธิบายความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 12.72 ประกอบด้วย 1) พนักงานสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน 2) พนักงานสามารถจดจำลูกค้าได้ 3) เอาใจใส่กับทุกความต้องการของลูกค้า 4) ให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ

8.3.2 ด้านนำเชือถือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่า ($\bar{X}=3.83$, $S.D=0.05$) มีค่า Eigen values =3.87 มีค่า และอธิบายความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 11.09 ประกอบด้วย 1) ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพ 2) ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับประโยชน์การใช้งาน 3) การให้บริการเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ 4) การรับประกันความพอใจและการคืนเงิน

8.3.3 ด้านการส่งเสริมการขาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่า ($\bar{X}=4.07$, $S.D=0.07$) มีค่า Eigen value =3.42 และอธิบายความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 9.78 ประกอบด้วย 1) การโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแพร่หลายทำให้คนหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มากขึ้น 2) การใช้ฟรีเซนเตอร์ในการประชาสัมพันธ์

8.3.4 ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่า ($\bar{X}=3.58$, $S.D=0.04$) มีค่า Eigen values=3.38 และอธิบายความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 9.66 ประกอบด้วย 1) ช่วงเวลาเปิดปิดมีความเหมาะสม 2) บริเวณโดยรอบมีความสะอาด

8.3.5 ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่า ($\bar{X}=3.87$, S.D=0.00) มีค่า Eigen value =3.19 อธิบายความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 9.12 ประกอบด้วย 1) ราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ 2) ราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ 3) ราคาของผลิตภัณฑ์มีราคาใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ทั่วไป

8.3.6 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X}=4.22$, S.D=0.75) มีค่า Eigen value =3.17 อธิบายความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 9.07 ประกอบด้วย 1) สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเลือกซื้อ

8.3.7 ด้านการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่า ($\bar{X}=3.38$, S.D=0.90) มีค่า Eigen value =1.71 และอธิบายความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 4.88 ประกอบด้วย 1) บนฉลากผลิตภัณฑ์มีการให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

8.3.8 ด้านการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X}=4.25$, S.D=0.05) มีค่า Eigen values =1.61 อธิบายความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 4.60 ประกอบด้วย 1) มีตราสินค้าให้เลือกหลากหลาย ณ สถานที่จัดจำหน่าย 2) ความรวดเร็วในการให้บริการ

8.3.9 ด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X}=4.22$, S.D=0.64) มีค่า Eigen values =1.61 อธิบายความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 4.59 ประกอบด้วย 1) ความสะดวกในการชำระเงิน

ตารางที่ 1 ค่า Factor loading ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้างเทสโก้ โลตัส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัย	Factor loading	\bar{X}	S.D	ระดับนัยสำคัญ
1.ปัจจัยด้านพนักงาน	Eigen values =4.45 และ variance=12.72 ($\bar{X}=3.79$, S.D=0.05)			
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	0.72	3.74	0.86	มาก
พนักงานสามารถจดจำลูกค้าได้	0.77	3.62	0.82	มาก
เอาใจใส่กับทุกความต้องการของลูกค้า	0.64	3.96	0.74	มาก
ให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ	0.52	3.84	0.85	มาก

ปัจจัย	Factor loading	\bar{X}	S.D	ระดับ นัยสำคัญ
2.ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ	Eigen values =3.87และ variance=11.09 (\bar{X} =3.83,S.D=0.05)			
ราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ	0.54	3.76	0.83	มาก
ราคาผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับประโยชน์การใช้งาน	0.80	3.88	0.79	มาก
การให้บริการเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ	0.74	3.88	0.86	มาก
การรับประกันความพอใจและการคืนเงิน	0.67	3.82	0.93	มาก
3.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	Eigen value =3.42และ variance= 9.78 (\bar{X} =, 4.07, S.D=0.07)			
การโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแพร่หลายทำให้คนหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มากขึ้น	0.76	3.80	0.69	มาก
การใช้ฟรีเซนต์อร์ในการประชาสัมพันธ์	0.52	4.34	0.79	มากที่สุด
4.ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	Eigen value =3.38และ variance= 9.66 (\bar{X} =3.58, ,S.D=0.04)			
ช่วงเวลาเปิดปิดมีความเหมาะสม	0.51	3.88	0.84	มาก
บริเวณโดยรอบมีความสะอาด	0.76	3.28	0.90	ปานกลาง
5.ปัจจัยด้านราคา	Eigen value =3.19และ variance= 9.12 (\bar{X} =3.87, S.D=0.00)			
ราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ	0.57	3.76	0.83	มาก
ราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ	0.76	3.94	0.83	มาก
ราคาของผลิตภัณฑ์มีราคาใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ทั่วไป	0.74	3.91	0.83	มาก
6.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Eigen value =3.17และ variance=9.07 (\bar{X} =4.22, S.D=0.75)			
สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเลือกซื้อ	0.81	4.22	0.75	มากที่สุด
7.ปัจจัยด้านด้านการรับรู้	Eigen value =1.71 และ variance= 4.88 (\bar{X} =3.38, S.D=0.90)			
บนฉลากผลิตภัณฑ์มีการให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	0.84	3.38	0.90	ปานกลาง

8.ปัจจัยด้านการบริการ	Eigen values =1.61และ variance= 4.60 (\bar{X} =,4.25 S.D=0.05)			
มีตราสินค้าให้เลือกหลากหลาย ณ สถานที่จัดจำหน่าย	0.80	4.16	0.79	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ	0.52	4.34	0.71	มากที่สุด
9.ปัจจัยด้านกระบวนการ	Eigen values =1.61และ variance= 4.59 (\bar{X} =,4.22, S.D=0.64)			
ความสะดวกในการชำระเงิน	0.85	4.22	0.64	มากที่สุด

9. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้า ในห้างเอสโก้ โลตัส อำเภอมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 9 ปัจจัย อภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยด้านพนักงาน ได้แก่ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน พนักงานสามารถจดจำลูกค้าได้ การเอาใจใส่กับทุกความต้องการของลูกค้า รวมถึงการให้บริการด้วยความถูกต้อง มั่นยำทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ปัจจัยด้านน่าเชื่อถือ ลูกค้าตัดสินใจซื้อจากการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพและประโยชน์การใช้งาน อีกทั้งการให้บริการเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการรับประกันความพอใจและการคืนเงิน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแพร่หลายทำให้คนหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มากขึ้น การใช้ฟรีเซนต์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้ลูกค้า มีความเข้าใจเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้นและทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ช่วงเวลาเปิด-ปิดมีความเหมาะสมทำให้ลูกค้ามีเวลาเพียงพอในการเลือกซื้อสินค้า รวมถึงบริเวณโดยรอบที่มีความสะอาด ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ราคาของผลิตภัณฑ์มีราคาใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้มากกว่าสินค้าทั่วไปเพราะมีความปลอดภัยกว่าและมีราคาใกล้เคียงกัน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเลือกซื้อสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น ด้านการรับรู้ ได้แก่ บนฉลากผลิตภัณฑ์มีการให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นี้สามารถทำความเข้าใจแล้วหันมาซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อ

สิ่งแวดล้อมแทนสินค้าทั่วไป ปัจจัยด้านการบริการ ได้แก่ มีตราสินค้าให้เลือกหลากหลาย ณ สถานที่จัดจำหน่าย มีความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านกระบวนการ ได้แก่ ความสะดวกในการชำระเงินเพื่อความรวดเร็วต่อการให้บริการ

10. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมกำลังได้รับความนิยมดังนั้นจึงควรมีการให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมบนฉลากผลิตภัณฑ์หรือทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากขึ้น ในความเป็นจริงหากผู้บริโภคไม่รู้จักผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ก็ทำให้แนวโน้มที่ผู้บริโภคจะซื้อ

ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมลดลง รวมถึงการกระจายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อให้ผู้บริโภคในพื้นที่ต่างๆเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ง่ายขึ้น

11. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

11.1 ควรศึกษาในเรื่องกลยุทธ์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ

11.2 ศึกษามาตรการที่เป็นแรงจูงใจให้ประชาชนตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

11.3 ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

12. บรรณานุกรม

โกศล ดีศีลธรรม. (2556). แนวคิดโรงงานสีเขียวเพื่ออุตสาหกรรมที่ยั่งยืน. ค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.thailandindustry.com>

ชนิษฐา ยาวะโนภาส. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากลดคาร์บอน : กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ วิทยานิพนธ์ คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รุติมา ชูจิตต์ประชิด. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้บริการอาคารจามจุรี สแควร์. สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตมหาวิทาลัยศิลปากร

ปวีณ์กร แก้วบุตร. (2556). พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เทสโก้โลตัส. (2557). กิจกรรมเพื่อสังคม เทสโก้ โลตัส. ค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.tescolotus.com/csr>

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2557). เปิด Green Ocean Strategy 3 องค์กรต้นแบบธุรกิจสีเขียว. ค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.greenoceanstrategy.org/>

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2555). ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.tpa.or.th>

ผู้จัดการออนไลน์. (2556). ข่าวธุรกิจการตลาด. ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.manager.co.th/>