

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิจัย ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป
2. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวของของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาข้อมูลด้านเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.21 ส่วนเพศชาย ร้อยละ 40.79 ตามตารางที่ 4.1 และมีอายุเฉลี่ย 20.22 ปี

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	155	40.79
หญิง	225	59.21
รวม	380	100

ด้านภูมิลำเนา จากการศึกษ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ร้อยละ 73.68 ส่วนภูมิลำเนากรุงเทพมหานคร ร้อยละ 26.32 ตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ภูมิสำเนา

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	100	26.32
ต่างจังหวัด	280	73.68
รวม	380	100.0

ด้านที่พักอาศัยในปัจจุบันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักอาศัยในหอพัก (ร้อยละ 69.74) รองลงมาคือพักอาศัยกับครอบครัว ร้อยละ 18.42 และพักอาศัยกับญาติ ร้อยละ 6.58 ตามลำดับ ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ที่พักอาศัยในปัจจุบัน

ประเภท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครอบครัว	70	18.42
ญาติ	25	6.58
หอพัก	265	69.74
อื่น	20	5.26
รวม	380	100.0

ด้านรายได้ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 67.63 รองลงมาคือ 5,001 – 8,000 บาท ร้อยละ 28.68 รายได้ 8,001 – 11,000 บาท ร้อยละ 2.37 และ รายได้สูงกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 15.7 ตามลำดับ ตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 รายได้ต่อเดือน

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	257	67.63
5,001 – 8,000 บาท	109	28.68
8,001 – 11,000 บาท	9	2.37
สูงกว่า 11,000 บาท	5	1.32
รวม	380	100.0

2. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวของของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

จากการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวของของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานครพบว่า พฤติกรรมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ปฏิบัติแบบทุกครั้งคือ ตู้อื่นประหยัดพลังงานโดยได้รับฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 (ร้อยละ 53.68) เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้มาตรฐานมีอายุการใช้งานนาน(ร้อยละ 52.37) ซื้อหลอดไฟประหยัดพลังงาน (ร้อยละ 48.68) และสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ (ร้อยละ 42.11)

พฤติกรรมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ปฏิบัติแบบค่อนข้างนานๆ ครั้ง คือ การซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ หลีกเลี้ยงสารเคมี (ร้อยละ 61.32) การซื้ออาหารออร์แกนิก ที่ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมี (ร้อยละ 47.63) การซื้อกระดาษรีไซเคิล (ร้อยละ 54.74)

พฤติกรรมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ปฏิบัติแบบไม่เคยปฏิบัติ คือ การซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทดลองกับสัตว์ (ร้อยละ 39.74) ตามตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ร้อยละแสดงพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ในเขตดุสิต

พฤติกรรมการบริโภค	ความถี่ในการบริโภค			
	ทุกครั้ง (ร้อยละ)	สม่ำเสมอ (ร้อยละ)	ค่อนข้าง นานๆ ครั้ง (ร้อยละ)	ไม่เคย ซื้อ (ร้อยละ)
1. ซื้อหลอดไฟประหยัดพลังงาน	48.68	29.47	14.74	7.11
2. สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ	42.11	31.58	16.58	9.74
3. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุ ธรรมชาติหลีกเลี่ยงสารเคมี	5.26	18.68	61.32	14.74
4. อาหารออร์แกนิก ที่ปลูกโดยไม่ใช้ สารเคมี	10.53	20.79	47.63	21.05
5. กระดาษรีไซเคิล	11.05	21.05	54.74	13.16
6. ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทดลองกับสัตว์	6.05	15.00	39.21	39.74
7. ตู้เย็นประหยัดพลังงานโดยได้รับ ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5	53.68	26.84	11.05	8.42
8. เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้มาตรฐานมีอายุ การใช้งานนาน	52.37	26.84	12.89	7.89
9. ผลิตภัณฑ์ชนิดเติม	38.42	23.95	33.95	3.68
10. ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์ “ฉลาก เขียว”	13.16	15.79	54.74	16.32

2. ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่าในภาพรวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$; s.d. = 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยด้านที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวมากที่สุดคือ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.26$; s.d. = 0.47 โดยมีความสำคัญระดับมากที่สุด) ส่วนด้านอื่นๆ มีความสำคัญระดับมากทุกด้าน โดยเรียงจากมากไปน้อยคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.93$; s.d. = 0.49) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.68$; s.d. = 0.50) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 3.70$; s.d. = 0.49) ตามลำดับ ตามตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยรายด้านที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว

ด้าน	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ
ผลิตภัณฑ์	3.7	0.45	มาก
ราคา	4.26	0.47	มากที่สุด
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.68	0.50	มาก
การส่งเสริมการตลาด	3.93	0.49	มาก
รวม	3.89	0.25	มาก

เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละด้านผลการศึกษาดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตดุสิตพบว่าในภาพรวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$; s.d. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ เครื่องหมายการค้า (ยี่ห้อ) สินค้า ($\bar{x} = 3.81$; s.d. = 0.79) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความดึงดูดใจ ($\bar{x} = 3.68$; s.d. = 0.49) และ การมีสัญลักษณ์รับรองจากองค์กรที่น่าเชื่อถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น สัญลักษณ์ฉลากสีเขียว ($\bar{x} = 3.61$; s.d. = 0.56) ตามตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตดุสิต

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ
1. เครื่องหมายการค้า (ยี่ห้อ) สินค้า	3.81	0.79	มาก
2. การมีสัญลักษณ์รับรองจากองค์กรที่น่าเชื่อถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น สัญลักษณ์ฉลากสีเขียว	3.61	0.56	มาก
3. การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความดึงดูดใจ	3.68	0.49	มาก
รวม	3.70	0.52	มาก

ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตอุตสาหกรรมพบว่าในภาพรวมปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$; s.d. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับประโยชน์การใช้งาน ($\bar{x} = 4.44$; s.d.= 0.50) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{x} = 4.25$; s.d. = 0.79) และ ราคาใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ทั่วไป ($\bar{x} = 4.10$; s.d. = 0.73) ตามตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตอุตสาหกรรม

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ
1.ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.25	0.79	มาก
2.ราคามีความเหมาะสมกับประโยชน์การใช้งาน	4.44	0.50	มากที่สุด
3.ราคาใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ทั่วไป	4.10	0.73	มาก
รวม	4.26	0.54	มากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตอุตสาหกรรมพบว่าในภาพรวมปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$; s.d. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ มีวางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าทั่วไป ($\bar{x} = 3.82$; s.d. = 0.78) มีวางจำหน่ายในจุดที่โดดเด่น ($\bar{x} = 3.79$; s.d. = 0.75) และมีบริการสั่งซื้อและส่งถึงที่ ($\bar{x} = 3.43$; s.d. = 0.89) ตามลำดับ ตามตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตคูสิต

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ
1. มีวางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าทั่วไป	3.82	0.78	มาก
2. มีวางจำหน่ายในจุดที่โดดเด่น	3.79	0.75	มาก
3. มีบริการสั่งซื้อและส่งถึงที่	3.43	0.89	มาก
รวม	3.68	0.79	มาก

ด้านส่งเสริมการขาย

ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตคูสิตพบว่าในภาพรวมปัจจัยด้านส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$; s.d. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ($\bar{x} = 4.12$; s.d. = 0.54) มีการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค ($\bar{x} = 3.89$; s.d. = 0.45) และ มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ ($\bar{x} = 3.78$; s.d. = 0.85) ตามตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตคูสิต

ด้านส่งเสริมการขาย	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ
1.มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.78	0.85	มาก
2.มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา	4.12	0.54	มาก
3.มีการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค	3.89	0.45	มาก
รวม	3.93	0.58	มาก