

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานครสามารถสรุปแต่ละประเด็นคือ วัตถุประสงค์การศึกษา วิธีการศึกษา ข้อเสนอแนะได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวของของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร กลุ่มเยาวชนที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีไปในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane (Yamane, 1973 อ้างใน ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sample)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่ แบ่งออก เป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ที่พักอาศัย ภูมิลำเนา รายได้

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบ Checklist

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Sale) มี 5 ระดับ คือ

5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

วิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งใช้สถิติพรรณนาในการวิจัย ดังนี้

- 1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ (Frequency) และ หาค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวโดยหาค่าความถี่ (Frequency) และ หาค่าร้อยละ (Percentage)
- 3) ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว จากมาตราส่วนประเมินค่า(Rating Scales) นำมาหาค่าเฉลี่ย () ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อเทียบกับเกณฑ์

การแปรผลค่าเฉลี่ย

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลด้านเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.21 ส่วนเพศชาย ร้อยละ 40.79 และมีอายุเฉลี่ย 20.22 ปี

ด้านภูมิลำเนา จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ร้อยละ 73.68 ส่วนภูมิลำเนากรุงเทพมหานคร ร้อยละ 26.32 ตาม

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

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

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวของของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

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

พฤติกรรมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ปฏิบัติแบบค่อนข้างนานๆ ครั้ง คือ การซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ หลีกเลี่ยงสารเคมี (ร้อยละ 61.32) การซื้ออาหารออร์แกนิก ที่ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมี (ร้อยละ 47.63) การซื้อ กระดาษรีไซเคิล (ร้อยละ 54.74)

พฤติกรรมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ปฏิบัติแบบไม่เคยปฏิบัติ คือ การซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทดลองกับสัตว์ (ร้อยละ 39.74)

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

เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละด้านผลการศึกษาเป็นดังนี้

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

ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตดุสิตพบว่าในภาพรวมปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$; 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)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตดุสิตพบว่าในภาพรวมปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$; 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

ด้านส่งเสริมการขาย

ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาในเขตอุตสาหกรรมพบว่าในภาพรวมปัจจัยด้านส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$; 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

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสามารถสรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- ภาครัฐต้องมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียวให้มากขึ้นและทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว
- ในส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของเยาวชนในเขตอุตสาหกรรมว่าปัจจัยด้านราคาส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจของผู้บริโภคมากที่สุด ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องมีกลยุทธ์ในการผลิตให้สินค้ามีราคาสมเหตุสมผลและใกล้เคียงกับสินค้าอื่นในท้องตลาด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวเพิ่มเติม