

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีซเคลิเพื่อการก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีซเคลิเพื่อการก่อสร้าง ของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้แบบพลาสติกกรีซเคลิไม่ได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต ประชากร คือ ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างที่จดทะเบียนนิติบุคคลและยังประกอบการอยู่ในทั้ง 3 อำเภอของจังหวัดภูเก็ตได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอเกาะภูเก็ต และอำเภอดอนสัก ซึ่งมีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 809 ราย ใช้การแบ่งขนาดตัวอย่างแบบจำกัดโควต้า (Quota Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการเป็น 3 เขตหรืออำเภอ คือ เขตอำเภอเมือง เขตอำเภอเกาะภูเก็ต และเขตอำเภอดอนสัก และแบ่งจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของจำนวนผู้ประกอบการในแต่ละอำเภอ โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 169 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปขององค์กร / กิจกรรม ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวัสดุหลักที่ใช้เป็นแบบหล่อคอนกรีต ในงานก่อสร้าง ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีซเคลิ และข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและข้อเสนอแนะสำหรับแบบพลาสติก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยผลที่ได้จะนำเสนอในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Statistic) ซึ่งจะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางสำหรับการวางแผนทางการตลาดสำหรับสินค้าไม้แบบพลาสติก

#### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีซเคลิเพื่อการก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 : ข้อสรุปเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปขององค์กร/กิจกรรม

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 169 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด มากที่สุด รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และคณะบุคคล ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระยะเวลา

การเปิดดำเนินกิจการ 5 ปี แต่ไม่ถึง 10 ปี มีจำนวนเงินทุนทะเบียน 3 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาทมากที่สุด มีจำนวนคนงาน 50-99 คน และส่วนใหญ่รับงานก่อสร้าง 5-9 งานต่อปี

ในเรื่องของลักษณะของอาคารที่ก่อสร้าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างสร้างบ้านเพื่ออยู่อาศัยมากที่สุด รองลงมาคือ อาคารพาณิชย์

ส่วนที่ 2 : ข้อสรุปเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวัสดุหลักที่ใช้เป็นแบบหล่อคอนกรีต ในงานก่อสร้าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดใช้วัสดุประเภทไม้เป็นแบบในการหล่อคอนกรีต คิดเป็นร้อยละ 100.00 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วัสดุประเภทไม้เป็นแบบในการหล่อคอนกรีตคือ ราคาถูกกว่าวัสดุอื่น กับมีน้ำหนักเบาทำให้ทำงานสะดวก หาซื้อได้ง่าย และเหมาะสมกับงานที่ทำอยู่ ตามลำดับ ส่วนในเรื่องของปัญหาและความไม่สะดวกที่เกิดจากการใช้วัสดุประเภทไม้เป็นแบบในการหล่อคอนกรีต พบว่า มีปัญหาเรื่องใช้กับงานหล่อคอนกรีตได้น้อยครั้งมากที่สุด รองลงมาคือ ไม่มีความทนทานและซำรุคได้ง่ายกับต้องจัดซื้อบ่อยครั้ง และทำให้ต้นทุนโดยรวมในการก่อสร้างสูงกว่าเมื่อเทียบกับวัสดุอื่น ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วัสดุประเภทเหล็กเป็นแบบในการหล่อคอนกรีต คิดเป็นร้อยละ 52.66 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วัสดุประเภทเหล็กเป็นแบบในการหล่อคอนกรีตคือ มีความทนทานใช้งานได้นานรองลงมาคือ ใช้งานง่ายและผู้ใช้เคยชิน และเหมาะสมกับงานที่ทำอยู่ กับหาซื้อได้ง่าย ตามลำดับ ในเรื่องของปัญหาและความไม่สะดวกที่เกิดจากการใช้วัสดุประเภทเหล็กเป็นแบบในการหล่อคอนกรีต พบว่า มีปัญหาเรื่องต้องใช้น้ำมันทาเพื่อให้ดึงแบบหลังการหล่อได้สะดวกขึ้น รองลงมาคือ มีน้ำหนักมากขนย้ายลำบาก และต้องดูแลรักษาเป็นพิเศษ ตามลำดับ

นอกจากนี้พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 4.14 ที่ใช้การใช้วัสดุประเภทพลาสติก นอกเหนือจากเหล็กและไม้ในการหล่อคอนกรีต

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนการใช้วัสดุประเภทต่างๆ ในการหล่อคอนกรีต พบว่ามีการใช้วัสดุประเภทไม้ในการหล่อคอนกรีต 78.55% ใช้วัสดุประเภทเหล็กในการหล่อคอนกรีต 20.77% และใช้วัสดุประเภทพลาสติก ในการหล่อคอนกรีต 0.68%

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 169 รายใช้ไม้เป็นแบบหล่อคอนกรีต โดยส่วนใหญ่ 60.95% ใช้ไม้ในสัดส่วน 76-100% ของวัสดุทั้งหมดที่ใช้เพื่อหล่อคอนกรีต กลุ่ม

ตัวอย่าง 89 รายใช้เหล็กเป็นแบบหล่อคอนกรีต โดยส่วนใหญ่ 47.19% ใช้เหล็กในสัดส่วน 26-50% ส่วนผู้ใช้พลาสติกมีทั้งหมด 7 ราย นั้นใช้แบบพลาสติกในสัดส่วน 1-25%

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่ามีความจำเป็นในการเปลี่ยนวัสดุที่ใช้ในการหล่อคอนกรีต

จากการพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญพบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้และเลือกซื้อวัสดุที่นำมาใช้เป็นแบบในการก่อสร้างมากที่สุดคือวิศวกร รองลงมาคือเจ้าของกิจการ สถาปนิก เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายอื่นๆ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ซื้อเหล็กเพื่อใช้เป็นวัสดุทำแบบก่อสร้างเดือนละ 1-2 ครั้ง ซื้อไม้เดือนละ 3-5 ครั้ง และ ซื้อวัสดุอื่นๆ เพื่อใช้เป็นวัสดุทำแบบก่อสร้างเดือนละ 1-2 ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้แบบพลาสติกรีไซเคิลทั้งหมด 7 รายประกอบด้วยบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด ในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการ 5 ปี แต่ไม่ถึง 10 ปี มีจำนวนเงินทุนจดทะเบียน 3 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท มีจำนวนคนงานในปัจจุบัน 50 - 99 คน และรับงานก่อสร้าง 10 - 20 งาน ต่อปี

เมื่อพิจารณาค่าลักษณะของอาคารที่ก่อสร้างพบว่าทั้งหมด 7 รายก่อสร้างอาคารพาณิชย์ รองลงมาคือบ้านเพื่ออยู่อาศัย

### ส่วนที่ 3 : ข้อสรุปเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกรีไซเคิล

#### การรับรู้

จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 88.89 ยังไม่ทราบรู้จักแบบพลาสติกรีไซเคิลเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้าง ส่วนที่เหลือร้อยละ 11.11 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการรู้จัก

#### ความสนใจ

จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 162 ราย ที่ไม่เคยใช้แบบพลาสติกรีไซเคิล ส่วนใหญ่มีความสนใจในแบบพลาสติกรีไซเคิลสำหรับงานก่อสร้างในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.44 หรือ 72 ราย โดยแยกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 47.46 และ 46.07 ตามลำดับ รองลงมาคือ สนใจระดับมาก คิดเป็น

ร้อยละ 31.48 และสนใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 12.35 และสนใจระดับน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 4.32 ตามลำดับ

#### การประเมินผล

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า การใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้างจะได้ผลดี คิดเป็นร้อยละ 72.84 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ประเมินว่าแบบพลาสติกกรีซเคลิจะใช้ได้ไม่ดีสำหรับการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 27.16

เมื่อจำแนกประเภทของกิจการของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อการ ใช้หรือประเมินผลในด้านดี สำหรับแบบพลาสติกกรีซเคลิ พบว่าสัดส่วนร้อยละในแต่ละกลุ่มมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยที่กลุ่มห้างหุ้นส่วนจำกัดร้อยละ 71.19 บริษัทจำกัดร้อยละ 74.16 และคณะบุคคลร้อยละ 66.67

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อการ ใช้หรือประเมินผลในด้านดีให้เหตุผลว่า น่าจะมีความทนทานต่อการใช้งานและสภาพอากาศได้ดี และไม่ต้องคอยดูแลรักษามาก ทั้งยังน่าจะช่วยลดต้นทุน และผู้ตอบแบบสอบถามบางรายให้เหตุผลว่าแบบพลาสติกน่าจะทำให้สถานที่ก่อสร้างดูมีมาตรฐานและดูสวยงามมีระเบียบกว่าการใช้ไม้หรือเหล็ก

ในส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อการ ใช้ว่าไม่ดีให้เหตุผลว่า อาจใช้งานได้ยากกว่าวัสดุอื่นที่ใช้อยู่เพราะ ไม่คุ้นเคย และมีราคาสูงกว่า ไม้จึงต้องจ่ายเงินซื้อในแต่ละครั้งสูงขึ้น

#### การทดลองใช้

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิจำนวน 162 ราย จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 169 ราย มีทั้งสิ้นจำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.49 อาจจะทดลองใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้างในอนาคต โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัดและประเภทบริษัทจำกัด ส่วนใหญ่คิดว่าอาจจะทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 61.02 และ 60.67 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่ประเมินผลว่าไม่ทดลองใช้มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 39.51 หรือ 64 ราย

โดยกลุ่มผู้ที่อาจจะทดลองใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิให้เหตุผลว่า มีความมั่นใจว่าจะช่วยลดต้นทุนในระยะยาว น่าจะมีความทนทาน ใช้งานง่าย ไม่ต้องทาน้ำมันที่แบบ ดูแลรักษาน้อย ไม่กินเนื้อปูนเมื่อถอดแบบออกจากคอนกรีตที่ห่อเสร็จแล้วซึ่งต่างจากแบบเหล็กเมื่อถอดแบบมักมี

ปูนตึกที่แบบต่างจาก ส่วนไม้ที่เมื่อขณะใช้งานคนงานมักใช้เลื่อยตัด ไม้แบบเป็นขนาดต่างๆ ทำให้เกิดความสิ้นเปลืองและเพิ่มต้นทุนต่อผู้ประกอบการ

โดยที่กลุ่มผู้ที่จะไม่ทดลองใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิให้เหตุผลว่าคนงานไม่เคยชิน แบบพลาสติกอาจใช้งานได้ไม่ดีเท่าไม้หรือเหล็ก มีราคาสูง และไม่มั่นใจว่าจะใช้ได้ดีกับงานก่อสร้างที่ทำอยู่ในปัจจุบัน

#### การยอมรับ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้างทั้งหมด 7 ราย จากตัวอย่างทั้งสิ้น 169 ราย ซึ่งคิดเป็นเพียงร้อยละ 4.14 และจากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิแล้ว คิดเป็นร้อยละ 100.00 ที่จะใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิต่อไปในอนาคต

โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ให้เหตุผลว่ามีความสะดวกรวดเร็วในการประกอบเมื่อเทียบกับไม้ที่ต้องตัดและประกอบให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ คุณสมบัติที่มีความทนทานใช้งานได้นานกว่าวัสดุอื่นๆ ทำให้ลดต้นทุนในการก่อสร้างได้มากสะดวกรวดเร็วเพราะมีน้ำหนักเบาสามารถใช้งานต่อเนื่องโดยไม่ต้องเกาะปูนออกจากแบบ และ ซ่อมแบบ ซึ่งต่างจากเหล็กโดยสิ้นเชิง

#### ส่วนที่ 4 : ข้อสรุปเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและข้อเสนอแนะสำหรับแบบพลาสติกกรีซเคลิ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิซึ่งวัสดุใหม่เพื่อเป็นแบบในการก่อสร้าง โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจแบบห้องคานพลาสติกกว้าง 25 ซม.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.10 รองลงมาคือ กว้าง 15 ซม. คิดเป็นร้อยละ 94.29 และกว้าง 20 ซม. คิดเป็นร้อยละ 93.33 ตามลำดับ และขนาดของแบบห้องคานขนาดอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามระบุขนาดความกว้าง 45 และ 50 ซม.

กลุ่มตัวอย่างสนใจแบบข้างคานพลาสติกขนาดกว้าง 35 ซม. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.62 รองลงมาคือ กว้าง 40 ซม. คิดเป็นร้อยละ 85.71 และกว้าง 60 ซม. คิดเป็นร้อยละ 80.95 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ระบุขนาดแบบข้างคานขนาดอื่นๆ คือ ขนาด 65 และ 70 ซม. คิดเป็นร้อยละ 25.71 ซึ่งได้รับความสนใจน้อยที่สุด

กลุ่มตัวอย่างสนใจแบบเสาพลาสติกขนาด 20\*25, 25\*25 และ 25\*30 ซม. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.19 รองลงมาคือ 15\*15, 15\*20 และ 20\*20 ซม. คิดเป็นร้อยละ 88.57 และ 30\*30, 30\*35 และ 35\*35 ซม. คิดเป็นร้อยละ 75.24 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ระบุขนาดแบบเสาขนาดใหญ่กว่า 35\*35 ซม. คือ ขนาด 35\*40, 40\*40 ถึง 50\*50 ซม. คิดเป็นร้อยละ 31.43 ซึ่งได้รับความสนใจน้อยที่สุด

กลุ่มตัวอย่างสนใจแบบพื้น-ผนังพลาสติกขนาดกว้าง 35 และ 40 ซม. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.62 รองลงมาคือ กว้าง 25 และ 30 ซม. คิดเป็นร้อยละ 64.76 และใหญ่กว่า 40 ซม. ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามระบุขนาดที่ 45 ซม. ถึง 100 ซม. คิดเป็นร้อยละ 37.14 ตามลำดับ

ในเรื่องของคุณสมบัติของพลาสติกกรีซเคลิเพื่อการก่อสร้าง จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณสมบัติเหนียวทนทานใช้ซ้ำได้มากครั้ง มีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวกรวดเร็ว ถอดแบบได้ง่าย ใช้เวลาในการประกอบแบบน้อย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ ไม่เสียหรือแตกหักง่ายจากการใช้ตะปู อื่นๆ ไม่ต้องทาน้ำมันที่แบบเพื่อหล่อคอนกรีต ไม่ต้องดูแลรักษามาก และไม่เสียรูปทรงในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญกับคุณสมบัติ ไม่ต้องทาน้ำมันที่แบบเพื่อหล่อคอนกรีต ไม่ต้องดูแลรักษามาก ไม่เสียรูปทรง ทำจากพลาสติกกรีซเคลิ (ลดปริมาณขยะ) และอื่นๆในระดับมาก

โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณสมบัติเหนียวทนทานใช้ซ้ำได้มากครั้ง มีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวกรวดเร็ว ถอดแบบได้ง่าย ใช้เวลาในการประกอบแบบน้อย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ และไม่เสียหรือแตกหักง่ายจากการใช้ตะปู ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 4.84 4.80 4.75 4.64 4.63 และ 4.50 ตามลำดับ ซึ่งระดับความสำคัญของการไม่ต้องทาน้ำมันที่แบบเพื่อหล่อคอนกรีต ไม่ต้องดูแลรักษามาก และไม่เสียรูปทรงคุณสมบัติทำจากพลาสติกกรีซเคลิ (ลดปริมาณขยะ) ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 4.44 4.40 4.30 และ 3.57 ตามลำดับ

สำหรับการให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่า มีคุณสมบัติด้านความปลอดภัย ราคาถูก หาซื้อง่าย มีพนักงานแนะนำวิธีใช้

จากการศึกษาในภาพรวมปรากฏว่ามีค่าเฉลี่ยความสำคัญของคุณสมบัติแต่ละประเภทของแบบพลาสติกกรีซเคลิที่จะทำให้ง่ายต่อการใช้งานใช้แบบพลาสติกแทนวัสดุเดิม อยู่ในระดับสำคัญมากคือ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.52

## อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องกระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีไซเคิลเพื่อการก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังกล่าวตามแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

จากการศึกษาเรื่อง "กระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีไซเคิลเพื่อการก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต" พบว่า มีรายละเอียดสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการในการยอมรับของ Philip Kotler ซึ่งสามารถอธิบายโดยใช้กระบวนการในการยอมรับ<sup>17</sup> (The Adoption Process) โดยมี 5 ขั้นตอน คือการรับรู้ถึงสินค้าใหม่ (Awareness) ความสนใจและการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่ (Interest) การประเมินคุณค่า (Evaluation) การทดลองใช้ (Trial) และการยอมรับเป็นผู้ใช้ประจำ (Adoption) ซึ่งทุกขั้นตอนเกิดขึ้นก่อนที่จะมีการยอมรับในสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด และผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นนวัตกรรมจากการศึกษานี้ได้แก่ แบบพลาสติกกรีไซเคิล มีรายละเอียดดังนี้

### ขั้นตอนของกระบวนการยอมรับของผู้บริโภค (Stages in the Adoption Process)

1. การรู้จัก (Awareness) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการยอมรับ ซึ่งหมายถึงผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมหรือแบบพลาสติกกรีไซเคิลจากแหล่งต่างๆ เช่น การบอกต่อ การเห็นผู้ประกอบการรายอื่นใช้ การเห็นโฆษณาในหนังสือหรือวารสาร การได้รับการติดต่อโดยตรงจากผู้ผลิตและผู้จำหน่าย โดยเป็นการเปิดรับข่าวสารที่มีลักษณะเป็นกลางโดยที่ยังไม่มีความสนใจเพียงพอที่จะค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม และจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า มีผู้ประกอบการที่รู้จักแต่ยังไม่เคยใช้และผู้ที่เคยใช้รวมกัน 18% หรือ 25 ราย จากจำนวน 169 ราย

2. ความสนใจ (Interest) หมายถึงขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะพัฒนาความสนใจในผลิตภัณฑ์โดยค้นหาข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถให้ประโยชน์แก่เขาอย่างไร ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างให้ความสนใจในระดับมากที่สุดคือ คุณสมบัติเหนียวทนทานใช้ซ้ำได้มากครั้ง มีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวกรวดเร็ว ถอดแบบได้ง่าย ใช้เวลาในการประกอบแบบน้อย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ และไม่เสียหรือแตกหักง่ายจากการใช้ตะปู ทั้งยังให้ความสนใจในระดับมากที่สุด คุณสมบัติการไม่ต้องทาน้ำมันที่แบบเพื่อหล่อคอนกรีต การไม่

<sup>17</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 5.

ต้องดูแลรักษามาก การไม่เสียรูปทรงและคุณสมบัติทำจากพลาสติกกรีโซเคลิล (ลดปริมาณขยะ) ในระดับมาก

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า มีผู้ประกอบการที่มีความสนใจน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.7 ของผู้ที่ไม่เคยใช้แบบพลาสติกกรีโซเคลิล มีเหตุผลจากความเข้าใจว่าแบบพลาสติกกรีโซเคลิลอาจใช้งานได้ยากกว่าวัสดุอื่นที่ใช้อยู่เพราะ มีราคาสูงกว่าไม่จึงต้องจ่ายเงินซื้อในแต่ละครั้งสูงขึ้น คนงานไม่เคยชิน แบบพลาสติกอาจใช้งานได้ไม่ดีเท่าไม้หรือเหล็ก

3. การประเมินผล (Evaluation) หมายถึงการที่ผู้บริโภคจะหาซื้อสรุปเกี่ยวกับข้อมูลโดยพิจารณาว่าต้องการข้อมูลที่มีอยู่หรือศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบบพลาสติกกรีโซเคลิล เป็นการแสดงถึงลักษณะการทดลองทางด้านจิตใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ถ้าการประเมินผลเป็นที่น่าพอใจ ผู้บริโภคจะทำการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าไม่พอใจก็จะปฏิเสธการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่า การใช้แบบพลาสติกกรีโซเคลิลเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้างจะใช้ได้เป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 72.84 โดยให้เหตุผลว่าน่าจะมี ความทนทานต่อการใช้งานและสภาพอากาศได้ดีและไม่ต้องคอยดูแลรักษามาก ทั้งยังน่าจะช่วยลด ต้นทุน และผู้ตอบแบบสอบถามบางรายให้เหตุผลว่าน่าจะทำให้สถานที่ก่อสร้างดูมีมาตรฐานและดู สวยงามมีระเบียบกว่าการใช้ไม้หรือเหล็ก

ในส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อการใช้ว่าไม่ดีให้เหตุผลว่า มีความ จำเป็นต้องฝึกฝนคนงานก่อสร้างให้สามารถใช้แบบพลาสติกกรีโซเคลิลซึ่งไม่เคยใช้มาก่อนจึงอาจทำให้เสียเวลาในการก่อสร้างและค่าใช้จ่าย และมีราคาสูงกว่าไม่จึงต้องจ่ายเงินซื้อในแต่ละครั้งสูงขึ้น

4. การทดลอง (Trial) หมายถึงขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แบบ พลาสติกกรีโซเคลิล ประสพการณ์จากการทดลองใช้ที่จะให้ข้อมูลที่สำคัญที่จะทำให้เกิดการยอมรับ หรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์นั้นๆ จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้แบบพลาสติกกรีโซเคลิลร้อยละ 60.49 หรือ 98 รายจากทั้งหมด 162 ราย กลุ่มผู้ที่อาจจะทดลองใช้แบบพลาสติกกรีโซเคลิลให้ เหตุผลว่า มีความมั่นใจว่าจะช่วยลดต้นทุนในระยะยาว น่าจะมีทนทาน ใช้งานง่าย ไม่ต้องทาน้ำมัน ที่แบบ ดูแลรักษาน้อย กินเนื้อปูนเมื่อถอดแบบออกจากคอนกรีตที่หล่อเสร็จแล้ว

และกลุ่มตัวอย่างที่ประเมินผลว่าไม่ทดลองใช้มีส่วนอยู่ที่ร้อยละ 39.51 หรือ 64 ราย โดยที่กลุ่มผู้ที่อาจจะไม่ทดลองใช้แบบพลาสติกกรีโซเคลิลให้เหตุผลว่าคนงานไม่เคยชิน แบบ พลาสติกอาจใช้งานได้ไม่ดีเท่าไม้หรือเหล็ก มีราคาสูง และไม่มั่นใจว่าจะใช้ได้ดีกับงานก่อสร้างที่ ทำอยู่ในปัจจุบัน



5. การยอมรับ (Adoption) หมายถึงขั้นตอนที่ผู้บริหารตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์อันเนื่องมาจากการประเมินผลการทดลองใช้ที่พึงพอใจในขั้นที่ 4 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้แบบพลาสติกกรีไซเคิลเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้างทั้งหมด 7 ราย จากตัวอย่างทั้งสิ้น 169 ราย ซึ่งคิดเป็นเพียงร้อยละ 4.14 และจากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้แบบพลาสติกกรีไซเคิลแล้ว ผู้ประกอบการทุกรายให้ความเห็นว่าจะใช้แบบพลาสติกกรีไซเคิลต่อไปในอนาคต โดยให้เหตุผลว่ามีความสะดวกรวดเร็วในการประกอบเมื่อเทียบกับไม้ที่ต้องตัดและประกอบให้ได้ขนาดต่างๆตามที่ต้องการ เป็นเหตุให้ต้องเสียเวลาคนงานในการเตรียมแบบ คุณสมบัติที่มีความทนทานใช้งานได้นานกว่าวัสดุอื่นๆ ทำให้ลดต้นทุนในการก่อสร้างได้มาก สร้างความสะดวกรวดเร็วเพราะมีน้ำหนักเบา สามารถใช้งานต่อเนื่องโดยไม่ต้องเคาะปูนออกจากแบบ ไม่เสียเวลาในการซ่อมแบบซึ่งต่างจากเหล็กที่ต้องเสียเวลาในการเคาะปูน สนิมและดีแบบให้ได้รูปหากมีการบิดเบี้ยวจากการใช้งาน ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือความง่ายในการถอดแบบออกจากคอนกรีตที่หล่อเสร็จแล้ว

จากการศึกษาเรื่อง "กระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีไซเคิลเพื่อการก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต" ยังพบว่า มีรายละเอียดสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นองค์การ ซึ่งสามารถอธิบายโดยใช้โมเดลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของ Webster and Wind ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 4 กลุ่ม อันได้แก่

1. ปัจจัยสิ่งแวดล้อม (Environmental Factor) เป็นปัจจัยภายนอกองค์การ ได้แก่ ระดับความต้องการซื้อของลูกค้าขององค์การ ภาวะของสังคม ช่องทางการตลาด ภาวะเศรษฐกิจ ต้นทุนหรือดอกเบี้ยของเงินกู้ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและข้อห้ามต่างๆ ตลอดจนการแข่งขัน และจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ระดับการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ซึ่งเป็นลูกค้าของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ตมีขึ้น ทำให้จำนวนงานก่อสร้างที่รับต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ที่ 5-9 งานต่อปี คิดเป็นร้อยละ 39.05 และ 10-20 งาน คิดเป็นร้อยละ 31.95 จึงมีผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในคุณสมบัติด้านความทนทานและการช่วยลดต้นทุนของแบบพลาสติก

2. ปัจจัยภายในองค์การ (Organizational Factor) คือปัจจัยที่มีอิทธิพลในกระบวนการซื้อขององค์การ ซึ่งได้แก่วัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการ โครงสร้าง และระบบซึ่งใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจซื้อ และจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า วัตถุประสงค์ขององค์การโดย

ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของการประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้แบบพลาสติกในระดับมากที่สุดถึงร้อยละ 64.76 ซึ่งถือเป็นปัจจัยในองค์การที่มีอิทธิพลในกระบวนการซื้อ

3. ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal Factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในกระบวนการซื้อ โดยศูนย์กลางการซื้อจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้แก่ ผู้ริเริ่มความสนใจ ผู้ใช้ ผู้ตัดสินใจ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ควบคุม รวมถึงข้อมูลข่าวสารและความชำนาญของบุคคลเหล่านั้นที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกระบวนการจัดซื้อ ดังนั้นการเสนอขายสินค้าและการชักชวนย่อมมีความแตกต่างกันไปแล้วแต่องค์การ และจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าบุคคลต่างๆในองค์การมีระดับความสำคัญในการมีอิทธิพลแตกต่างกันไป โดยวิศวกรมีอิทธิพลเป็นอันดับแรกที่ระดับความสำคัญ 4.32 รองลงมาคือเจ้าของกิจการที่ระดับความสำคัญ 3.85 ส่วนการมีอำนาจตัดสินใจก็แตกต่างกันไปด้วย โดยวิศวกรมีอำนาจตัดสินใจเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 34.32

4. ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual Factor) เป็นส่วนองค์ประกอบของแต่ละบุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการจัดซื้อ อันได้แก่ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ บุคลิกลักษณะ ทักษะคติที่มีต่อความเสี่ยง และวัฒนธรรม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการยอมรับและความชอบในผลิตภัณฑ์ และมีอิทธิพลต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ และจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า วิชาชีพวิศวกรมีอิทธิพลต่อการยอมรับมากที่สุด ซึ่งพิจารณาจากการเป็นผู้มีอิทธิพลเป็นในระดับมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการซื้อขององค์การจะมีความสลับซับซ้อนและแตกต่างออกไปอย่างกว้างขวาง โดยมีการพิจารณาถึง ประเภทของการซื้อ ประเภทของสินค้า และขั้นตอนของกระบวนการจัดซื้อ

ประเภทของการซื้อ ประกอบด้วย การซื้อที่เป็นงานใหม่ การซื้อซ้ำแบบตรง และการซื้อซ้ำแบบตัดแปลง จากการศึกษาพบว่า แบบพลาสติกเป็นนวัตกรรมใหม่ซึ่งการซื้อจะเป็นการซื้อที่เป็นงานใหม่ขององค์การ

ประเภทของสินค้า ประกอบด้วย อุปกรณ์หลัก อุปกรณ์ส่วนเพิ่ม วัสดุในการตกแต่ง จากการศึกษาพบว่า แบบพลาสติกเป็นวัสดุอุปกรณ์หลักที่ต้องนำมาใช้เพื่อทำการผลิตต่อไป ในที่นี้คือการหล่อคอนกรีต

ขั้นตอนของกระบวนการจัดซื้อ มี 5 ขั้นตอนคือ การระบุความต้องการ การกำหนดรายละเอียด การระบุทางเลือก การประเมินผลทางเลือก การเลือกผู้ขายและการตอบกลับ ซึ่งได้ทำการอภิปรายแล้วในเบื้องต้น

### ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักแบบพลาสติกกรีซเคลเพียง 25 ราย หรือ ร้อยละ 18 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 169 ราย แสดงให้เห็นว่ายังมีช่องว่างทางการตลาดสำหรับแบบพลาสติกกรีซเคลอยู่อีกเป็นจำนวนมาก
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในแบบพลาสติกกรีซเคลสำหรับงานก่อสร้างในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.44 และมีความสนใจในระดับปานมากและมากที่สุดรวมกัน คิดเป็นร้อยละ 38.89 ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวเลขที่น่าสนใจในการสร้างกิจกรรมทางการตลาดให้กลุ่มผู้มีความสนใจเหล่านี้ได้ทดลองใช้และเป็นผู้ใช้ประจำต่อไป
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าการใช้แบบพลาสติกกรีซเคลเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้างจะได้ผลดี คิดเป็นร้อยละ 72.84 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อการใช้หรือประเมินผลในด้านดีให้เหตุผลว่าน่าจะมีความทนทานได้ดีและไม่ต้องคอยดูแลรักษามาก ทั้งยังน่าจะช่วยลดต้นทุน และผู้ตอบแบบสอบถามบางรายให้เหตุผลว่าน่าจะทำให้สถานที่ก่อสร้างดูมีมาตรฐานและดูสวยงามมีระเบียบกว่าการใช้ไม้หรือเหล็ก ซึ่งจากการศึกษาคุณสมบัติของแบบพลาสติกกรีซเคลทั้งจากโรงงาน และสถานที่ก่อสร้างแล้ว คุณสมบัติต่างๆมีความสอดคล้องกับความต้องการซึ่งเป็นผลดีที่จะทำให้อีกกลุ่มที่คิดว่าดีจะทดลองและสามารถปรับสถานะเป็นผู้ใช้ประจำได้ในอนาคต
4. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ไม่เคยใช้แบบพลาสติกกรีซเคลส่วนใหญ่ร้อยละ 60.49 อาจจะทดลองใช้แบบพลาสติกกรีซเคลเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้าง โดยเหตุผลว่า มีความมั่นใจในการลดต้นทุนในระยะยาว น่าจะมีทนทาน ใช้งานง่าย ไม่ต้องทาน้ำมันที่แบบ ดูแลรักษาน้อย ไม่กินเนื้อปูนเมื่อถอดแบบออกจากคอนกรีตที่หล่อเสร็จแล้ว ซึ่งหากคุณสมบัติของแบบพลาสติกกรีซเคลตอบสนองและสนับสนุนความคิดดังกล่าวยอมทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้มีความซื่อสัตย์ต่อแบบพลาสติกได้โดยไม่ยากนัก
5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้แบบพลาสติกกรีซเคลเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้างทั้งหมด 7 ราย จากตัวอย่างทั้งสิ้น 169 ราย ซึ่งคิดเป็นเพียงร้อยละ 4.14 และจากจำนวนตัวอย่างที่เคยใช้แบบพลาสติกกรีซเคลแล้ว คิดเป็นร้อยละ 100.00 ที่จะใช้แบบพลาสติกกรีซเคลต่อไปในอนาคต โดยให้เหตุผลว่ามีความสะดวกรวดเร็วในการประกอบเมื่อเทียบกับไม้ที่ต้องตัดและประกอบให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ คุณสมบัติที่มีความทนทานใช้งานได้นานกว่าวัสดุอื่นๆ ทำให้ลดต้นทุนในการก่อสร้างได้มากสะดวกรวดเร็วเพราะมีน้ำหนักเบา สามารถใช้งานต่อเนื่องโดยไม่ต้องแกะปูนออกจากแบบ และ ช่อมแบบ ซึ่งต่างจากเหล็ก โดยสิ้นเชิง ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ

กลุ่มนี้เป็นผู้มีความมั่นใจในคุณสมบัติของแบบพลาสติกกรีซเคลิลสำหรับงานก่อสร้างที่ทำอยู่ ทำให้เป็นผู้ใช้ประจำ และเป็นแบบอย่างให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่ยังไม่เคยใช้แบบพลาสติกต่อไป

6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการใช้วัสดุต่างๆ ในกิจการของตน โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสัดส่วนการใช้วัสดุเพื่อเป็นแบบในการหล่อคอนกรีต มีการใช้วัสดุประเภทไม้ในการหล่อแบบคอนกรีตมากที่สุดร้อยละ 78.55 ใช้วัสดุประเภทเหล็กในการหล่อแบบคอนกรีตร้อยละ 20.77 และใช้วัสดุประเภทพลาสติก (แบบพลาสติกกรีซเคลิล) ในการหล่อแบบคอนกรีตเพียงร้อยละ 0.68 และยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายยังใช้ไม้เป็นแบบในการก่อสร้าง แสดงให้เห็นว่ามีโอกาสในการเปลี่ยนพฤติกรรมกรซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ยังใช้ไม้ในปัจจุบันและผู้ที่ใช้เหล็กเป็นแบบก่อสร้างในบางส่วนให้หันมาใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิลแทนได้

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิลเพื่อใช้สำหรับงานก่อสร้างทั้งหมด 7 รายประกอบด้วยบริษัทจำกัด 4 รายและห้างหุ้นส่วนจำกัด 3 ราย

7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้แบบพลาสติกกรีซเคลิลมีทั้งหมด 7 รายซึ่งเป็นบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด ส่วนใหญ่เปิดดำเนินการ 5 ปี แต่ไม่ถึง 10 มีจำนวนเงินทุนจดทะเบียน 3 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้าน มีจำนวนคนงานในปัจจุบัน 50 - 99 คน รับงานก่อสร้าง 10 - 20 งานต่อปี ลักษณะของอาคารที่ก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์และบ้านเพื่ออยู่อาศัย

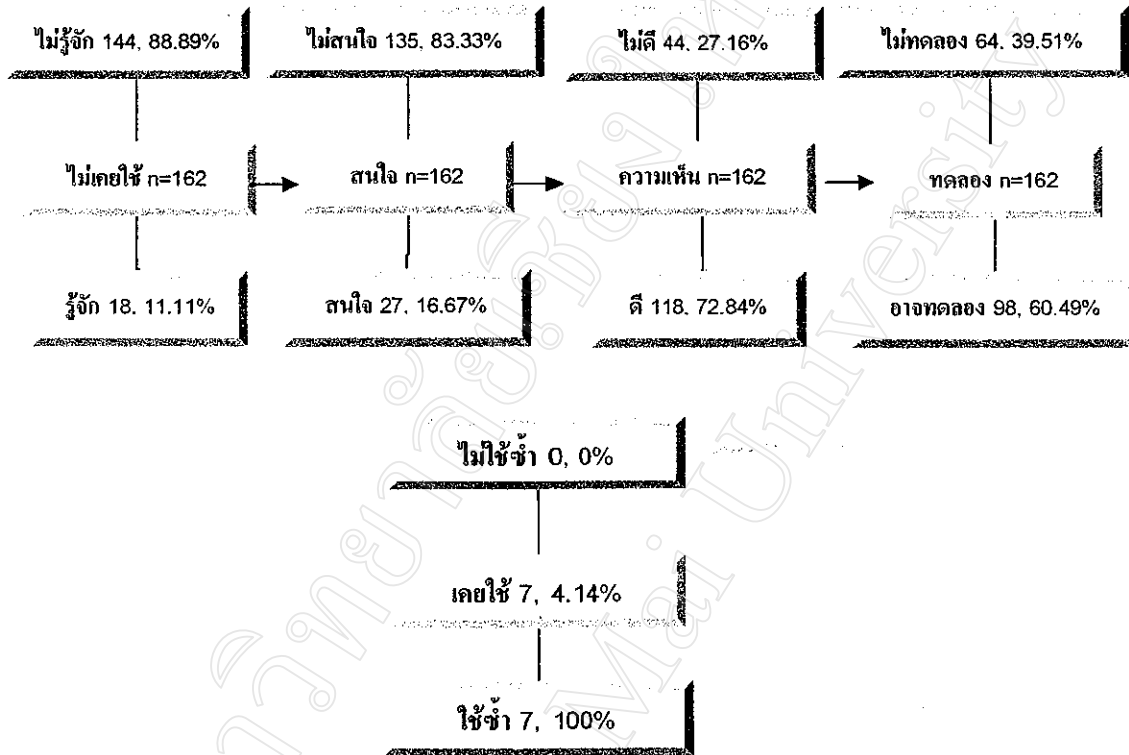
ด้วยลักษณะโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้างต้นซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มล้ำสมัย (Innovators) สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวางแผนทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้และแบ่งส่วนของตลาดจากไม้และเหล็กต่อไป

8. ข้อค้นพบจากการศึกษาเรื่องกระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีไซเคิล เพื่อการก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต ทำให้ทราบข้อดีและปัญหาของวัสดุเพื่อใช้เป็นแบบหล่อคอนกรีต ดังแสดงตามตารางที่ 36 ด้านล่างนี้

ตารางที่ 36 แสดงข้อดีและปัญหาของวัสดุเพื่อใช้เป็นแบบหล่อคอนกรีต

วัสดุ	ข้อดี	ปัญหาและความไม่สะดวก
ไม้	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาถูกกว่าวัสดุอื่น</li> <li>2. ใช้งานง่ายและผู้ใช้เคยชิน</li> <li>3. มีน้ำหนักเบาทำให้ทำงานสะดวก</li> <li>4. เหมาะสมกับงานที่ทำอยู่</li> <li>5. หาซื้อได้ง่าย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ไม่มีความทนทานและชำรุดได้ง่าย</li> <li>2. ใช้กับงานหล่อคอนกรีตได้น้อยครั้ง</li> <li>3. ต้องจัดซื้อบ่อยครั้ง</li> <li>4. ต้องใช้เวลาและต้นทุนแรงงานในการเตรียมแบบหรือการประกอบแบบมาก</li> <li>5. ทำให้ต้นทุนโดยรวมในการก่อสร้างสูงกว่าเมื่อเทียบกับวัสดุอื่น</li> </ol>
เหล็ก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ใช้งานง่ายและผู้ใช้เคยชิน</li> <li>2. มีความทนทานใช้งานได้นาน</li> <li>3. เหมาะสมกับงานที่ทำอยู่</li> <li>4. หาซื้อได้ง่าย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีราคาแพง</li> <li>2. ต้องดูแลรักษามากเป็นพิเศษ เช่น การขึ้นสนิม การเสียรูปทรง</li> <li>3. มีน้ำหนักมากขนย้ายลำบาก</li> <li>4. ต้องใช้น้ำมันทาเพื่อให้อัดแบบ หลังการหล่อได้สะดวกขึ้น</li> <li>5. ทำให้ต้นทุนในการก่อสร้างสูง</li> <li>6. เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย</li> </ol>

9. ข้อค้นพบจากการศึกษาเรื่องกระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีไซเคิล เพื่อการก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต สำหรับผลในกระบวนการยอมรับนั้นสามารถสรุปได้โดยฝั่งด้านล่างนี้



สำหรับรายละเอียดขั้นตอนการยอมรับ กลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาด ได้แสดงไว้ในตารางที่ 37 ด้านล่างนี้

ตารางที่ 37 แสดงขั้นตอนการยอมรับ กลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาด

การรับรู้	กลยุทธ์	วิธีการ
รู้จัก 11.11% ไม่รู้จัก 88.89%	แนะนำสินค้าเข้าสู่ตลาด (Market Introduction)	การโฆษณาในสื่อท้องถิ่น เช่น สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยเน้นความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product differentiation)
ความสนใจ	กลยุทธ์	วิธีการ
ไม่สนใจ 16.67% สนใจ 83.33%	การสร้างความสนใจ และกลยุทธ์ที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายประเมินว่าจะใช้ได้ผลดี	มุ่งเน้นการให้ความรู้เรื่องคุณสมบัติที่เหนือกว่าไม้และเหล็ก อันได้แก่เหนียวทนทาน ใช้งานซ้ำได้มากกว่า มีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวกรวดเร็ว ถอดแบบได้ง่าย ใช้เวลาในการประกอบแบบน้อย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ ทำให้แน่ใจว่าความสนใจกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางที่ถูกต้องแล้ว
ความคิดเห็น	กลยุทธ์	วิธีการ
ไม่ดี 27.16% ดี 72.84%	สร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้า	การนำผู้ที่ประเมินว่าดีไปดูสถานที่ก่อสร้างจริงที่มีอยู่ การทำการสาธิตวิธีการประกอบเพื่อการใช้งานจริง (Demo)
การทดลอง	กลยุทธ์	วิธีการ
ไม่ทดลอง 39.51% อาจทดลอง 60.49%	สร้างช่องทางจำหน่าย การกำหนดราคาพิเศษ (Temporary Discounts) การให้เครดิต (Terms of Payment and Credit)	กระจายสินค้าตามศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างให้ลูกค้าหาซื้อได้ง่าย มี KIOSK รูปภาพประกอบพร้อมตัวอย่างสินค้าให้ทราบ พร้อมคู่มือการใช้ มีพนักงานขายแนะนำคุณสมบัติและวิธีการ ให้คำปรึกษาในการใช้นอกสถานที่ใช้เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ทำการกำหนดราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ Direct Mail เพื่อมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจใช้
การยอมรับ (ใช้งาน)	กลยุทธ์	วิธีการ
ยอมรับ 100.00% ไม่ยอมรับ 0.00%	การรักษาฐานลูกค้าเดิม	การโทรศัพท์สอบถามปัญหาต่างๆ การให้ราคาส่วนลดพิเศษ การให้เครดิต การเสนอแนะสินค้าใหม่ๆ

10. จากการศึกษาทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นองค์กรใน 4 ลักษณะคือ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม (Environmental Factor) พบว่า ระดับการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้จำนวนงานการก่อสร้างที่รับต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ที่ 5-9 งานต่อปี คิดเป็นร้อยละ 39.05 และ 10-20 งาน คิดเป็นร้อยละ 31.95 ปัจจัยภายในองค์กร (Organizational Factor) พบว่าการประหยัดค่าใช้จ่ายเป็นวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งถือเป็นปัจจัยในองค์กรที่มีอิทธิพลในการซื้อ ซึ่งการประหยัดค่าใช้จ่ายมีความสำคัญในระดับมากที่สุดถึง ร้อยละ 64.76 ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal Factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในกระบวนการซื้อ โดยวิศวกรมีอิทธิพลเป็นอันดับแรก ที่ระดับความสำคัญ 4.32 ส่วนการมีอำนาจตัดสินใจก็แตกต่างกันไปด้วย โดยวิศวกรมีอำนาจตัดสินใจเป็นอันดับแรกเช่นกันคิดเป็นร้อยละ 34.32 ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual Factor) นั้นพบว่าอาชีพวิศวกรมีอิทธิพลต่อการยอมรับมากที่สุด ซึ่งพิจารณาจากการเป็นผู้มีอิทธิพลเป็นในระดับมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการซื้อขององค์กรจะมีความสลับซับซ้อนและแตกต่างออกไปอย่างกว้างขวาง พบว่าแบบพลาสติกเป็นนวัตกรรมใหม่ซึ่งการซื้อจะเป็นงานใหม่ขององค์กร โดยจัดอยู่ในประเภทวัสดุอุปกรณ์หลักของสินค้า



### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องกระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีไซเคิลเพื่อการก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต ผู้ศึกษาได้ค้นพบข้อเสนอแนะที่สำคัญ อันจะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายแบบพลาสติกกรีไซเคิล ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีการขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มตลาดอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากกลุ่มนักศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าแบบพลาสติกกรีไซเคิลยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในกลุ่มผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในเขตจังหวัดภูเก็ต จึงมีความจำเป็นที่จะดำเนินกลยุทธ์การแนะนำสินค้าเข้าสู่ตลาดให้รู้จักสินค้าประเภทนี้ โดยคำนึงถึงช่วงจังหวะและเวลาที่เหมาะสม ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการกำหนดแผนปฏิบัติการ ในการแนะนำแบบพลาสติกเข้าสู่ตลาด เช่น เรื่องของการโฆษณาในสื่อท้องถิ่น ให้เป็นที่รู้จักและการมีจำหน่ายอยู่ในเขตพื้นที่ของแบบพลาสติกในท้องตลาดนอกเหนือจากวัสดุอื่นคือ ไม้และเหล็กที่มีอยู่แล้ว ในท้องตลาด โดยเน้นหนักทางด้านกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เพื่อสร้างจุดเด่นด้านต่างๆดังนี้

ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) ที่มีคุณสมบัติที่ดีกว่าวัสดุอื่นที่มีอยู่เดิม อันประกอบไปด้วย

1. เหนียวทนทาน ใช้งานได้มากครั้ง
2. มีน้ำหนักเบา
3. เคลื่อนย้ายสะดวกรวดเร็ว
4. ถอดแบบได้ง่าย
5. ใช้เวลาในการประกอบแบบน้อย
6. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้
7. ไม่เสียหรือแตกหักง่ายจากการใช้ตะปู
8. อื่นๆ (ราคาถูก หาซื้อง่าย พนักงานแนะนำ)
9. ไม่ต้องทาน้ำมันที่แบบเพื่อหล่อคอนกรีต
10. ไม่ต้องดูแลรักษามาก
11. ไม่เสียรูปทรง
12. ทำจากพลาสติกกรีไซเคิล (ลดปริมาณขยะ)

ความแตกต่างกันด้านบุคลากร (Personal differentiation) ผู้ประกอบการผลิตและผู้จำหน่ายแบบพลาสติกควรให้ความสำคัญกับการจ้างและฝึกพนักงานที่ให้ความสนใจต่อปัญหาของผู้รับเหมาก่อสร้างในการใช้แบบพลาสติกซึ่งเป็นวัสดุใหม่ที่มีเทคนิควิธีการประกอบ การถอด ที่แตกต่างจากวัสดุเดิมอยู่บ้างในระยะเริ่มต้น โดยเน้นในเรื่องการที่พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการใช้งานของแบบพลาสติก การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และ ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดต่างๆ การให้บริการอย่างสุภาพ การสื่อสารที่ชัดเจน ความรวดเร็วในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ ความมีน้ำใจ และการเข้าใจความต้องการของลูกค้า

ความแตกต่างกันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel differentiation) ผู้ประกอบการผลิตและผู้จำหน่ายแบบพลาสติกควรให้ความสำคัญมากในเรื่องการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตให้มีอย่างแพร่หลาย เพื่อให้เกิดสะดวกในการสั่งซื้อ และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า โดยการจัดจำหน่ายแบบพลาสติกผ่านยังศูนย์หรือร้านค้าที่จำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และเป็นที่รู้จักแพร่หลายต่อผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง โดยใช้ความผูกพันที่มีอยู่เดิมของร้านค้าและลูกค้าในการแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด ซึ่งจะทำให้สามารถกระจายสินค้าได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว

ความแตกต่างกันด้านภาพลักษณ์ (Image differentiation) ผู้ประกอบการผลิตและผู้จำหน่ายแบบพลาสติกกรีไซเคิล ควรมีส่วนร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยและสมาคมผู้รับเหมาก่อสร้างจังหวัดภูเก็ตในการแนะนำแบบพลาสติกเข้าสู่ตลาดในจังหวัดภูเก็ต และการให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมของสมาคมผู้รับเหมาก่อสร้างจังหวัดภูเก็ต เช่น การให้สปอนเซอร์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับเหมาที่มีความสนใจแบบพลาสติกกรีไซเคิล ซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์

2. จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจในแบบพลาสติกกรีไซเคิลสำหรับงานก่อสร้างเพียงในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.44 และจากการศึกษายังพบอีกว่า ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างให้ความสนใจในระดับมากที่สุดคือ คุณสมบัติเหนียวทนทานใช้ซ้ำได้มากครั้ง มีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวกรวดเร็ว ถอดแบบได้ง่าย ใช้เวลาในการประกอบแบบน้อย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ และไม่เสียหรือแตกหักง่ายจากการใช้ตะปู ทั้งยังให้ความสนใจในระดับมากที่สุด คุณสมบัติการไม่ต้องทาน้ำมันที่แบบเพื่อหล่อคอนกรีต การไม่ต้องดูแลรักษา การไม่เสียรูปทรงและคุณสมบัติทำจากพลาสติกกรีไซเคิล (ลดปริมาณขยะ) ในระดับมาก

อย่างไรก็ดีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจระดับปานกลาง ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ควรดำเนินการคือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะเพิ่มความสนใจของกลุ่มเป้าหมายต่อผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายประเมินว่าการใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิลจะเกิดผลดี การมุ่งเน้นการตลาดทั้ง 2 ด้านนี้ จะส่งผลให้ผู้ประกอบการรับหมากก่อสร้างได้มีโอกาสทดลองใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิล ทั้งนี้เนื่องจากผลการศึกษาพบว่ากิจการทั้งหมดที่เคยทดลองใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิลแล้วจะมีโอกาสในการยอมรับแบบพลาสติกกรีไซเคลิลทั้งหมด

แนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะเพิ่มความสนใจของกลุ่มเป้าหมายต่อผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายประเมินว่า การใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิลจะเกิดผลดี จะต้องมุ่งเน้นเรื่องคุณสมบัติที่เหนือกว่า ไม้และเหล็ก อันได้แก่เหนียวทนทาน ใช้ซ้ำได้มากครั้ง มีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวกรวดเร็ว ถอดแบบได้ง่าย ใช้เวลาในการประกอบแบบน้อย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ และไม่เสียหรือแตกหักง่ายจากการใช้ตะปู รวมทั้งความไม่ยุ่งยากในการใช้งาน

ในเรื่องของกลยุทธ์การเพิ่มความสนใจของกลุ่มเป้าหมายนั้น จะเน้นที่กลุ่มผู้ที่มีความสนใจในระดับปานกลาง ซึ่งอาจจะไม่ทดลองใช้หากไม่มีการสร้างความสนใจให้เพิ่มมากขึ้น การสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้การสื่อสารทางการตลาดซึ่งได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และช่องทางจำหน่ายที่เป็นศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่จะบอกถึงประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับอันจะส่งผลให้สร้างความสนใจเพิ่มขึ้น สำหรับวิธีการของกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายประเมินว่าการใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิลจะเกิดผลดี โดยเน้นการสื่อสารว่า การเลือกใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิลเป็นแนวทางที่ถูกต้องแล้ว และอาจใช้วิธีคำพูดปากต่อปากในลักษณะการบอกต่อความคุ้มค่าและคุณสมบัติต่างๆที่เชื่อมโยงขอแบบพลาสติกกรีไซเคลิล

3. จากการศึกษาพบว่าควรสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการรับหมากก่อสร้างได้มีโอกาสในการทดลองใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิล เนื่องจากพบว่าในกลุ่มตัวอย่างกิจการที่ประเมินผลในด้านดี มีร้อยละ 72.84 ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่เคยทดลองใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิล มีอยู่ 2 ลักษณะ คือผู้ที่อาจจะทดลองใช้ และผู้ที่จะไม่ทดลองใช้ในอนาคต

ในด้านวิธีการของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นให้กลุ่มเป้าหมายได้มีโอกาสในการทดลองใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิล อาจทำได้ในหลายลักษณะดังนี้ คือการนำผู้ที่ประเมินว่าการใช้แบบพลาสติกกรีไซเคลิลดีไปดูสถานที่ก่อสร้างจริงที่มีอยู่ การทำการสาธิตวิธีการประกอบเพื่อการใช้งานจริง หรืออาจทำการจำหน่ายในราคาพิเศษเพื่อให้เกิดการทดลองใช้

4. จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประเมินว่าการใช้แบบพลาสติกกรีไซเคิลนั้นดี และอาจทดลองใช้ มีส่วนสำคัญที่บ่งบอกว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสามารถมาทำการเปิดตลาดสินค้าประเภทแบบพลาสติกกรีไซเคิลได้ โดยควรมีการกระจายสินค้าตามศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างเพื่อให้ลูกค้าหาซื้อได้ง่าย มี KIOSK รูปภาพประกอบพร้อมตัวอย่างสินค้าที่ประกอบแล้วเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทราบได้ว่าเป็นแบบเพื่อการหล่อคอนกรีต พร้อมคู่มือการใช้ มีพนักงานขายแนะนำคุณสมบัติและวิธีการ พร้อมทั้งการให้คำปรึกษาในการใช้นอกสถานที่ใช้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ทำการกำหนดราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดกับวัสดุไม้และเหล็ก เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และการส่งเอกสารข้อมูลสินค้าแก่ผู้ประกอบการรับเหมา ก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ตเพื่อประกอบการตัดสินใจใช้

การค้นคว้าอิสระเรื่องกระบวนการในการยอมรับแบบพลาสติกกรีไซเคิลเพื่อการก่อสร้างของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต ที่ได้นำเสนอมาทั้งหมดในข้างต้นนี้เป็นเพียงการศึกษาในเบื้องต้นเพื่อค้นหาข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญทางตลาดเกี่ยวกับการยอมรับและความต้องการของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง ในเขตจังหวัดภูเก็ตต่อแบบแบบพลาสติกกรีไซเคิลเพื่อการก่อสร้างซึ่งผลของการศึกษาทำให้ผู้ศึกษาได้ทราบข้อมูลที่สำคัญหลายประการ และนำไปสู่ข้อเสนอแนะที่ได้แสดงไว้ข้างต้น แต่อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ยังเป็นการศึกษาจากมุมมองเพียงด้านเดียวคือทางด้านการตลาด ดังนั้น หากต้องการที่จะได้รับข้อมูลครบถ้วน อันจะเป็นประโยชน์ที่แท้จริงสำหรับการวางแผนที่จะทำการขยายตลาดสู่จังหวัดภูเก็ต ควรที่จะเพิ่มการศึกษาในด้านการเงิน เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility) อัตราผลตอบแทนทางการลงทุน (Return on Investment) และเมื่อนำข้อมูลส่วนนี้มาประกอบกับผลการศึกษาทางการตลาดในครั้งนี้ จะยิ่งส่งผลให้การศึกษามีความสมบูรณ์และครบถ้วนสำหรับการนำไปดำเนินการในทางปฏิบัติต่อไป

#### ข้อจำกัดในการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีตำแหน่งหน้าที่ในกิจการต่างกัน ไปหลายระดับ ซึ่งเป็นทั้งเจ้าของกิจการเอง วิศวกร สถาปนิก และฝ่ายอื่นๆ เช่นการเงินการบัญชี จึงทำให้การตอบคำถามอาจมีการเบี่ยงเบนจากความเป็นจริง ดังนั้นการนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อทำการขยายตลาด จึงควรพิจารณาอย่างระมัดระวังและมีการศึกษาจากประชากรกลุ่มอื่นด้วย