พฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

ปาริฉัตร ชมภูรัตน์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ธันวาคม 2557

พฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

ปาริฉัตร ชมภูรัตน์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ธันวาคม 2557

พฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

ปาริฉัตร ชมภูรัตน์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการ
(ดร. ศันสนา สิริตาม)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร. นฤนาถ ศราภัยวานิช)

อาจารย์ปรึกษา

.....
(รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

25 ธันวาคม 2557

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร. ศันสนา สิริตาม ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ และอาจารย์ ดร. นฤนาถ ศราภัยวานิช กรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าแบบอิสระเล่มนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

ปาริฉัตร ชมภูรัตน์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

ผู้เขียน นางสาวปาริฉัตร ชมภูรัตน์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้สตรีที่ใช้ผลิตภัณฑ์ถุงผ้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน (รายได้ประจำ และรายได้เสริม) ไม่เกิน 15,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส รองลงมาช่วยลดปัญหาโลกร้อน ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก ส่วนใหญ่ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือ ได้รับแจกมา ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำคือถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) โดยโอกาสในการใช้ถุงผ้าคือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือตัดสินใจด้วยตนเอง ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ทุกวัน จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน 2 ถุง ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง และเคยซื้อถุงผ้านานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา โดยมีความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ 6 เดือนครั้ง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท โดยสถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ถนนคน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เดิน สำหรับการทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ เดินไปเจอแล้วซื้อ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านราคา รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรกที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ 1) ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก 2) ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ 3) มีหลายระดับราคาให้เลือก 4) ความคงทนของผลิตภัณฑ์ 5) ความปลอดภัยในการใช้งาน 6) มีให้เลือกหลายขนาด 7) มีหลายรูปแบบการดีไซน์ การตกแต่งลวดลายให้เลือก 8) ราคาถูก 9) มีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน 10) ความสวยงามของผลิตภัณฑ์

ข้อค้นพบด้านแนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเห็นด้วยกับพฤติกรรมด้านเศรษฐกิจสังคมในแง่บริษัทต่างๆ ควรใช้พลังงานทดแทนในชุมชน มีนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และจ้างงานจากชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อมเช่น โครงการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน รีไซเคิลและลดมลพิษ ด้านบุคคลกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มนุษย์กำลังทำลายสิ่งแวดล้อมอย่างที่มีจำกัด และตัวเอง ควรมีส่วนลดโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Behavior of Women in Mueang Chiang Mai District in Using Environmental –Friendly Fabric Bags

Author Miss Parichat Chompoorat

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Advisor Associate Professor Orachon Maneesong

ABSTRACT

This study aimed to explore behavior of women in Mueang Chiang Mai district in using environmental-friendly fabric bags. Samples were specified to 200 female fabric bag users. Questionnaires were used as the tool to collect data. Then, the data obtained were analyzed by the descriptive statistics, consisting of frequency, percentage and mean.

The findings presented that most respondents were 20-29 years old with Bachelor's degree, worked as private company officer and earned monthly income (regular and extra incomes) at less than 15,000 Baht.

The results of the study on behavior of women in Mueang Chiang Mai district in using environmental-friendly fabric bags suggested that advantages of the environmental-friendly fabric bags that the respondents paid the highest level concern on were the ease of use which was portable and usable in any occasions and the reduction of global warming since it was durable and reusable many more times than the plastic bags. The environmental-friendly fabric bags that they mostly used were giveaway product. Type of fabric bags that they usually used was the document/book bag (medium size). They used it for carrying documents/files. Person influencing their decision in using the environmental-friendly fabric bag was referred to the respondents themselves. Frequency in using the fabric bag was found in daily use. They currently owned 2 fabric bags. Most of them bought the fabric bag by themselves at longer than a month ago. The frequency in buying the environmental-friendly fabric bag was at once in 6 months. In each purchasing time, they spent less than or equal to 100 Baht for a bag. Place where they bought the environmental-friendly fabric bag

was at the Walking Street. Source of information where they learned about the fabric bag's shops was from their exploration.

The results of the study on marking mix factors presented that the following factors affected the use of environmental-friendly fabric bags among the respondents at high level: price, product, place and promotion, in orderly.

Hereafter were shown top 10 sub-factors affecting the use of environmental-friendly fabric bags: 1) being more practicable than plastic bags, 2) being appropriate size to use and reasonable price to quality, 3) having wide-range of prices, 4) being durable, 5) product safety, 6) having alternative sizes, 7) having various designs and patterns, 8) cheap price, 9) having clear price-tag, and 10) product beauty.

Based upon the sustainable consumption concept, the findings suggested that most respondents agreed with the socio-economic behavior that companies should promote the use of alternative energies in the community and it should have product innovation and employment in the community. In environmental aspect, they agreed with environmental concerned projects such as water and energy conservation, recycle, and pollution reduction. In personnel and environment aspect, they agreed with the statement saying that human were destroying the restricted environment and themselves, thus they should lessen this behavior by using environmental-friendly products and package.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
ABSTRACT		ฉ
สารบัญตาราง		ซ
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 หลักการและเหตุผล	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
	1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
	2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
	2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	15
	3.1 ขอบเขตการศึกษา	15
	3.2 วิธีการศึกษา	15
	3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	18
	3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	18
บทที่ 4	ผลการศึกษา	19
	4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
	4.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่	22
	2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.2 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา 42

2.3 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 54

4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง 66

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามอายุ 71

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา 75

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 79

4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน 84

4.5 ส่วนที่ 5 ปัญหาที่เคยพบจากการใช้ถุงผ้า 91

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ 92

5.1 สรุปผลการศึกษา 92

5.2 อภิปรายผลการศึกษา 102

5.3 ข้อค้นพบ 104

5.4 ข้อเสนอแนะ 106

บรรณานุกรม 109

ภาคผนวก 110

แบบสอบถาม 111

ประวัติผู้เขียน 121

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	20
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	21
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (รายได้ประจำ และรายได้เสริม)	21
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	22
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้	23
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ	24
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการใช้ถุงผ้า	24
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	25
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	25
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน	26
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยซื้อถุงผ้าใช้เอง	26
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด	27

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	27
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	28
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	28
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	29
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุ	30
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ และจำแนกตามอายุ	31
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ และจำแนกตามอายุ	32
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โอกาสในการใช้ถุงผ้า และจำแนกตามอายุ	33
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามอายุ	34
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามอายุ	35
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน และจำแนกตามอายุ	36
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเคยซื้อถุงผ้าใช้เองและจำแนกตามอายุ	37

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด และจำแนกตามอายุ	37
ตารางที่ 4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามอายุ	38
ตารางที่ 4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามอายุ	39
ตารางที่ 4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามอายุ	40
ตารางที่ 4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามอายุ	41
ตารางที่ 4.31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษา	42
ตารางที่ 4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ และจำแนกตามระดับการศึกษา	43
ตารางที่ 4.33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ และจำแนกตามระดับการศึกษา	44
ตารางที่ 4.34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการใช้ถุงผ้า และจำแนกตามระดับการศึกษา	45
ตารางที่ 4.35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามระดับการศึกษา	46
ตารางที่ 4.36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามระดับการศึกษา	47

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน และจำแนกตามระดับการศึกษา	48
ตารางที่ 4.38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเคยซื้อถุงผ้าใช้เองและจำแนกตามระดับการศึกษา	49
ตารางที่ 4.39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด และจำแนกตามระดับการศึกษา	49
ตารางที่ 4.40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามระดับการศึกษา	50
ตารางที่ 4.41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามระดับการศึกษา	51
ตารางที่ 4.42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามระดับการศึกษา	52
ตารางที่ 4.43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูล	53
ตารางที่ 4.44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	54
ตารางที่ 4.45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	55
ตารางที่ 4.46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	56
ตารางที่ 4.47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการใช้ถุงผ้า และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	57
ตารางที่ 4.48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	58

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	59
ตารางที่ 4.50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	60
ตารางที่ 4.51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเคยซื้อถุงผ้าใช้เองและจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	62
ตารางที่ 4.52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	62
ตารางที่ 4.53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	62
ตารางที่ 4.54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	63
ตารางที่ 4.55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	64
ตารางที่ 4.56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	65
ตารางที่ 4.57	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	66
ตารางที่ 4.58	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	67
ตารางที่ 4.59	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	68
ตารางที่ 4.60	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	69

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.61	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	70
ตารางที่ 4.62	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	71
ตารางที่ 4.63	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	72
ตารางที่ 4.64	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	73
ตารางที่ 4.65	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	74
ตารางที่ 4.66	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	75
ตารางที่ 4.67	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	76
ตารางที่ 4.68	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	77
ตารางที่ 4.69	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	78
ตารางที่ 4.70	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	79
ตารางที่ 4.71	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	80
ตารางที่ 4.72	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	81
ตารางที่ 4.73	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	83

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.74	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม	84
ตารางที่ 4.75	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านเศรษฐกิจ	86
ตารางที่ 4.76	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสังคม	88
ตารางที่ 4.77	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม	89
ตารางที่ 4.78	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสังคมและเศรษฐกิจ	90
ตารางที่ 5.1	พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	93
ตารางที่ 5.2	พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	94
ตารางที่ 5.3	พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	96
ตารางที่ 5.4	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามอายุ	98
ตารางที่ 5.5	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา	99
ตารางที่ 5.6	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1
บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ภาวะวิกฤติทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้กลายเป็นเรื่องที่คนทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว เช่น ภาวะโลกร้อน มลพิษในอากาศ น้ำเสีย ขยะ เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อ คุณภาพชีวิตของคนในสังคมจนกลายเป็นต้นทุนการผลิตและการบริโภคในอนาคต ซึ่งเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ทุกฝ่ายร่วมมือกัน เพื่อลดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจึงมิได้เป็นเพียงกระแส แต่เป็นแนวโน้มใหม่ที่สำคัญที่ทุกคนในสังคมต้องปรับตัว จากการประมาณการคาดว่าในอนาคต ผลกระทบจากสภาวะโลกร้อนจะกดดันให้มนุษย์แต่ละคนต้องลดการใช้ทรัพยากรที่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อมลงถึงร้อยละ 60-85 ซึ่งหมายความว่าวิถีชีวิตของเราจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง และความเปลี่ยนแปลงนี้เองที่นำมาสู่ยุคการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม หรือ Green Marketing (Marketeer, 2551: ออนไลน์)

ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมถือเป็นกลยุทธ์หลักของการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมในการเสนอคุณค่าของสินค้าที่มีส่วนประสมผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยถูกวางตำแหน่งให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน เพื่อเพิ่มทางเลือกและสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันสำหรับผู้ที่ต้องการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมีมูลค่าทางธุรกิจ 98,900-126,100 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยสูงที่ร้อยละ 8-10 ต่อปีจึงนับเป็นตลาดที่น่าสนใจ (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2556 : ออนไลน์)

จากกระแสตื่นตัวภาวะโลกร้อน นับเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแฟชั่นถุงผ้าอย่างแพร่หลาย ปัจจุบันถุงผ้าจึงมีหลายรูปแบบ หลายขนาดให้เลือก นอกจากนี้ยังมีแหล่งผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการจัดจำหน่ายถุงผ้าในแหล่งรวมสินค้าต่าง ๆ อาทิ เช่น ตลาดนัดจตุจักร และรวมร้านค้าออนไลน์ ทำให้ร้านค้าเหล่านี้มีการออกแบบถุงผ้าค่อนข้างหลากหลาย มีภาพวาดลวดลายเพ้นท์สี ลงบนเนื้อผ้า มีคำขวัญ คำนิยามสั้น ๆ ที่บ่งบอกให้ชัดว่า “ฉันเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ถุงผ้าดิบ เป็นอีกคอลเลคชั่นใหม่ในการใช้กระเป๋าที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค และรูปแบบการช้อปปิ้งที่ถูกใจนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งหลาย ชนิดของผ้าที่นิยมทำกระเป๋ามีหลายประเภทให้เลือก ได้แก่ ผ้าดิบ (Gray goods) ผ้าสปันบอนด์ (Spun-bonded) ผ้าแคนวาส (Canvas) ผ้าโพลิเอสเตอร์ (Polyester) ผ้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กำมะหยี่ (Velvet) ผ้า 300D ผ้า 600D PVC ผ้ากระสอบ เป็นต้น ซึ่งขั้นตอนหรือกระบวนการผลิต และการเย็บถุงผ้าในปัจจุบันได้สร้างความแตกต่างของสินค้าได้อย่างน่าสนใจ โดยพัฒนารูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นเฉพาะราย เฉพาะองค์กร หรือเฉพาะโอกาส ที่มีรูปแบบไม่ซ้ำใคร ผู้ซื้ออาจนำมาใช้เองหรือมอบให้เป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่าง ๆ มุ่งให้สอดคล้องกับกิจกรรมหรือกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า ลูกค้า หรือองค์กร ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ทำถุงผ้าอาจเป็นวัตถุดิบที่มีแหล่งผลิตภายในประเทศ เช่น เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน อันสามารถส่งเสริมและกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนได้อีกทางหนึ่ง (ไทยโพสต์, 2555: ออนไลน์)

ในปัจจุบันธุรกิจถุงผ้ามีผู้ผลิตหลายราย การแข่งขันในตลาดมีแนวโน้มสูงขึ้นโดยแต่ละรายต่างก็สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้สามารถจำหน่ายถุงผ้าให้กับลูกค้าที่ต้องการได้ทั้งรูปแบบ ขนาด และราคาที่ทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตพอใจ นอกจากนั้นยังเน้นข้อดีของถุงผ้าคือซักทำความสะอาดง่าย ทนทานและสามารถใช้ซ้ำได้ ช่วยลด ปริมาณขยะมูลฝอย ไม่ทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจก ช่วยลดปัญหาโลกร้อน พกพาสะดวก สามารถพร้อมใช้งานในทุกโอกาส

การรณรงค์เรื่องการลดพลังงาน ลดโลกร้อนได้ส่งผลให้ทั่วทุกภาคส่วนของประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมมือกัน รวมถึงจังหวัดเชียงใหม่ทุกหน่วยงานได้มีการตื่นตัวและให้ความร่วมมือในการรณรงค์ลดโลกร้อน ดังจะเห็นได้จากการจัดกิจกรรม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดบริเวณเป็นสถานที่ปลอดมลพิษนั่นคือ ถนนคนเดิน โดยมีแนวคิดการพัฒนาเมืองให้สอดคล้องกับวิถีชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์พื้นที่ในเมือง ได้มีหลายประเทศได้ดำเนินการจัดถนนคนเดินจนกลายเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งรวมงานศิลปะ แหล่งรวมศิลปิน ถนนคนเดินอำเภอเมืองเชียงใหม่ ถือเป็นถนนสายวัฒนธรรม ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นและประเทศ ปัจจุบันถนนคนเดินในจังหวัดเชียงใหม่ได้จัดขึ้น 3 แห่ง คือ ถนนคนเดินวัวลายจัดทุกวันเสาร์บริเวณถนนวัวลาย ถนนคนเดินสันกำแพง จัดทุกวันเสาร์ ที่อำเภอสันกำแพง และถนนคนเดินทุกวันอาทิตย์ จัดบริเวณตั้งแต่ข่วงประตูท่าแพ ถนนราชดำเนิน ถนนพระปกเกล้า ซึ่งมีสินค้าให้เลือกสรรมากมายหลากหลายประเภท ทั้งสินค้าหัตถกรรม สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์และผสมผสานวัฒนธรรมของคนเชียงใหม่ เช่น สินค้าพื้นเมือง จำพวกเครื่องประดับตกแต่ง เสื้อผ้า ของที่ระลึก กระเป๋า ผ้าพันคอ โคมไฟ เป็นต้น ถุงผ้าเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ได้มีการวางจำหน่ายอยู่กว่า 20 ร้านค้าบนถนนคนเดินวันอาทิตย์ (จากการสำรวจ, 23 กุมภาพันธ์ 2557) ซึ่งแต่ละร้านมีการออกแบบถุงผ้าที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นถุงผ้าดิบที่เน้นลวดลายงานเพ้นท์ งานปัก ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะเชียงใหม่ หรือรูปทรงถุงผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตามแบบของร้านนั้น ๆ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ยังสร้างพื้นที่และการทำกิจกรรมร่วมกันของคนในเมือง ทางด้านสภาพแวดล้อม ถนนคนเดินช่วยลดมลพิษ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University

การใช้พลังงาน และสร้างสภาพแวดล้อมที่รื่นรมย์น่าอยู่ให้กับเมืองเชียงใหม่ (รวิวรรณ โอฬารรัตน์มณี และคณะ, 2547)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อจะได้ทราบว่าผู้หญิงมีพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร ใช้เมื่อใด ได้รับหรือซื้อจากที่ไหน รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนทางการ ตลาด และการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการให้เหมาะสม

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับธุรกิจประเภทถุงผ้าในอนาคตต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

พฤติกรรมการซื้อหรือการใช้ หมายถึง ลักษณะการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมประเภทถุงผ้า ในที่นี้กล่าวถึงการศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคใช้อะไร ทำไมผู้บริโภคจึงใช้ ใครมีส่วนร่วมในการใช้ ผู้บริโภคใช้เมื่อใด ผู้บริโภคใช้ที่ไหน ผู้บริโภคใช้อย่างไร

ผลิตภัณฑ์ประเภทถุงผ้า หมายถึง ถุงผ้าดิบ กระเป๋าผ้า ถุงผ้าที่ใช้สำหรับใส่ของต่าง ๆ มีความทนทานและใช้ซ้ำได้มากกว่าถุงพลาสติก

สตรี หมายถึง สตรีที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้ถุงผ้าในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

2.1.1 แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์การ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การเลือก บริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คำตอบที่ได้ช่วยให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws1H ซึ่งประกอบด้วยใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคต้องการอะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Whom) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) และผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) เพื่อค้นหาคำตอบ 7 คำตอบ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มเป้าหมาย (Occupants) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object) วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) บทบาทของกลุ่มต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Organization) โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ (Outlets) และขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ซึ่งแสดงถึงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อและการใช้ ดังต่อไปนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงตลาดเป้าหมาย (Target Market) หรือลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ว่าเป็นกลุ่มไหน กลุ่มศึกษาครั้งนี้จะเป็นการต้องการทราบถึง อายุของสตรี รายได้ของสตรี การศึกษาของสตรี และถิ่นที่อยู่อาศัย ของสตรีเป็นต้น

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อและต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ซึ่งจะได้แก่ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation) เช่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ต้องการทราบว่าสตรีซื้อและใช้ถุงผ้าเมื่อใดบ้าง เช่น ซื้อเพื่อใช้ไปตลาด ใส่ของ แทนกระเป๋าส่วนตัว ฯลฯ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why?) คำถามนี้เกี่ยวข้องกับการระบุถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพอใจ รวมถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้รับความพอใจหรือไม่ ความต้องการของลูกค้าที่แท้จริงในปัจจุบันเป็นอย่างไร และความต้องการของลูกค้าในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งได้แก่

3.1 ปัจจัยเฉพาะบุคคล เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำรงชีวิต และปัจจัยสถานการณ์

3.2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น การรับรู้ และแรงจูงใจ เป็นต้น

3.3 ปัจจัยด้านสังคม เช่น บทบาท และครอบครัว เป็นต้น

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom?) คำถามนี้เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ เช่น เพื่อนฝูง คนในครอบครัว เป็นต้น

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อและเกี่ยวข้องกับอิทธิพลอันเกิดจากสถานการณ์ (Situational Influences) ซึ่งเป็นเหตุทำให้กิจกรรมการซื้อของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาล การซื้ออันเกิดจากการส่งเสริมการขาย หรือตามข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทุกคนจะสังเกตเห็นได้ว่า กิจกรรมการซื้อของลูกค้าจะเพิ่มขึ้นภายหลังจากวันจ่ายเงินเดือน ในตลาดธุรกิจการตัดสินใจซื้อจะถูกกำหนดขึ้นตามข้อจำกัดด้านงบประมาณ และจังหวะเวลาของปีงบประมาณ ตัวอย่างเช่น โรงเรียน วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย จำนวนมากจะซื้อวัสดุสิ้นเปลือง เครื่องมือ และเครื่องใช้ต่างๆ จำนวนมากก่อนสิ้นปีงบประมาณ เป็นต้น นอกจากนั้น การซื้อของลูกค้าอาจเกิดจากอิทธิพลที่ซ่อนเร้นบางอย่าง ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น สภาพแวดล้อมทางสังคม เวลา และวัตถุประสงค์ของการซื้อ เป็นต้น

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงสถานที่ ช่องทาง หรือแหล่งจำหน่าย ในอดีตบริษัทจะมองช่องทางจำหน่ายเพียงแบบดั้งเดิมเท่านั้น เช่น ผ่านตัวแทน ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง ผู้จัดการส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น และเลือกประเภทของผู้ค้าปลีกที่ลูกค้าให้การสนับสนุน อย่างไรก็ตามในปัจจุบันได้เกิดรูปแบบของการจัดจำหน่ายหลายรูปแบบที่ให้เลือกใช้ได้มากมาย รูปแบบของการจัดจำหน่ายที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วมากที่สุด คือ การค้าปลีกที่ไม่ต้องอาศัยร้านค้า การตลาดเจาะจง (Direct Marketing) โดยผ่านแคตตาล็อก หรือการเสนอข่าวสารเชิงโฆษณา(Infomercials) และการจำหน่ายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านอินเทอร์เน็ต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และทางโทรทัศน์ที่สามารถโต้ตอบกันได้ (Interactive Television) และการใช้เครื่องจักรเพื่อการสั่งซื้อ (Video Kiosks) เป็นต้น

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงขั้นตอน หรือกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การซื้อ การประเมินหลังการซื้อ รวมถึงอิทธิพลต่างๆ ซึ่งจูงใจให้ตัดสินใจ เช่น เวลาที่จะซื้อ สถานการณ์ต่างๆ เป็นต้น

2.1.2 แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ,2552:81-82) ได้กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่นำเสนอสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหาการใช้หรือบริโภคที่ สามารถให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริหารและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคลหรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จะต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ การ กำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างทางการแข่งขัน

1.2 องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นการอกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณ์ใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ คุ้มกับเงินที่จ่ายไป หรือหมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจึงจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคานั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้า ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้า และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จูงใจเพื่อให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ(Remind)ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการขายที่ใช้การติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสารกัน (Integrates Marketing Communication (IMC)) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอ และการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising Tactics) (2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารกันระหว่างบุคคลกับบุคคล เพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรงหรือโทรศัพท์ หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขายและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) (2) การบริหารหน่วยงานขาย (Sales force Management)

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นสิ่งจูงใจในระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงาน ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ (1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งเน้นผู้บริโภค (Consumer Promotion)
(2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)
(3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sale Force)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.4 การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations(PR)) มีความหมายดังนี้ (1) การให้ข่าว (Publicity) เป็นการเสนอข่าวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ หรือตราสินค้า หรือบริษัทที่ไม่ต้องการจ่ายเงิน โดยผ่านสื่อกระจายเสียง หรือสื่อสิ่งพิมพ์ (2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations (PR)) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การผลิตภัณฑ์ของบริษัท

3.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) การโฆษราเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง และการตลาดเชื่อมตรง หรือการโฆษณาเชื่อตรง (Online Advertising) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรืออินเตอร์เน็ต เพื่อสื่อสารส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการโดยมุ่งหวังผลกำไรและการค้า เครื่องมือที่สำคัญประกอบด้วย (1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

4. การจัดจำหน่าย (Place Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้ คือ

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution หรือDistribution Channel) หมายถึง กลุ่มของบุคคล หรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด

4.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical Distribution หรือ Market Logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งหวังกำไร หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ (1) การขนส่ง (2) การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า (3) การบริหารสินค้าคงเหลือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.1.3 แนวคิดการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (สันทนา อมรไชย, 2554)

การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Marketing) แนวคิดที่คำนึงถึงต้นทุนคุณค่าของสินค้าที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคมในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นอันตรายต่อ

ผู้บริโภคและสภาพแวดล้อม การดำเนินงานทางการตลาดจึงต้องใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ

ความหมายสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

สินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมหรือผลิตภัณฑ์สีเขียว ความหมาย “สีเขียว” เป็นสีที่นำมาใช้ในความหมายของการอนุรักษ์น้ำ การอนุรักษ์พลังงาน การลดขยะ การลดสารพิษ การมีมาตรฐานรับรองสินค้าที่ผลิตออกมาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทำให้กระบวนการพิทักสิ่งแวดล้อมเป็นจริงได้ในทางปฏิบัติทั้งในบ้านและสำนักงาน กระแสกระบวนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมที่เด่นชัดและรุนแรงที่เกิดทำให้ทศวรรษนี้เป็น “ยุคแห่งสีเขียว” เพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมีจำนวนมากขึ้น และกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยังสร้างแรงกดดันให้รัฐบาลออกข้อบังคับกฎระเบียบหรือพระราชบัญญัติในการควบคุมภาคธุรกิจ ไม่ให้ทำลายทรัพยากรธรรมชาติอย่างขาดสำนึกถึงส่วนรวม แนวความคิดของคำว่า “สีเขียว” เมื่อถูกนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์จะถูกเรียกว่า “ผลิตภัณฑ์สีเขียว” (Green product) หรืออีกชื่อหนึ่งที่เรียกว่า “สินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม” (Eco-Product) ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษกว่าผลิตภัณฑ์อื่นหรือสินค้าอื่นในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (สันทนา, 2554) ดังนี้

1. เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิตให้พอดีกว่าความต้องการของผู้บริโภคปราศจากความฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือย
2. เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์
3. เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้อีกไม่ว่าจะเป็นการประดิษฐ์จากวัสดุเดิมหรือกรรมวิธีย่อยสลายแล้วดัดแปลงมาใช้ใหม่
4. เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ที่อนุรักษ์พลังงานธรรมชาติ ผลิตแล้วต้องไม่ต้องเปลืองพลังงานเริ่มตั้งแต่การผลิต การใช้ ไปถึงการสิ้นสภาพ กระบวนการผลิตจะไม่ทำให้เสียสินค้าโดยไม่จำเป็น หรือเมื่อผลิตออกมาเป็นสินค้าแล้วควรจะมีอายุการใช้งานนานเพิ่มหรือเติมพลังงานเข้าไปใหม่ได้
5. เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ที่ใช้ภาชนะหีบห่อน้อยที่สุด การออกแบบกล่องหรือหีบห่อบรรจุต้องไม่ฟุ่มเฟือย
6. กระบวนการผลิตสินค้าในโรงงานต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นการนำทรัพยากรมาใช้ หรือทิ้งของเสียลงสู่ธรรมชาติ
7. ห้ามทารุณสัตว์ เช่น สุนัข, ลิง โดยนำสัตว์ไปทดลองเพื่อวิจัยผลการผลิตสินค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

8. ห้ามนำสัตว์สงวนพันธุ์มาผลิตสินค้าเด็ดขาดหรือทำลายชีวิตสัตว์เหล่านั้นทางอ้อม

โดยสรุป “ผลิตภัณฑ์สีเขียว” หรือ “สินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม” จะต้องประกอบหลักการ 4R คือการลดของเสีย (reduce) การใช้ซ้ำ (reuse) การนำมาปรับใช้ใหม่ (recycle) และการซ่อมบำรุง (repair) (ปริญญ์ และอรรคเจตต์, 2550)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) กำหนดแนวทางการพัฒนา เรื่องการปรับแผนการผลิตและพฤติกรรมการบริโภค เพื่อลดผลกระทบต่อฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำยุทธศาสตร์การบริโภคที่ยั่งยืนสำหรับบริบทไทยขึ้น และดำเนินการในปี (พ.ศ. 2550-2554) เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคของคนในสังคมให้มุ่งสู่ความยั่งยืนมากขึ้น โดยการปลูกจิตสำนึกและสร้างค่านิยมใหม่เรื่องการบริโภคอย่างพอเพียง และให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อม ผ่านการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากแผนการดำเนินงานดังกล่าวได้มีหลายหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายให้ไปดำเนินงานในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิตและการบริโภคของประชาชน และทำให้สังคมมีการตื่นตัวในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิตและการบริโภคเพิ่มขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557: ออนไลน์) ทำให้มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชน อันได้แก่การช่วยลดพลังงานที่สิ้นเปลือง ลดการใช้ไฟฟ้าโดยไม่จำเป็น ใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าประหยัดไฟเบอร์ 5 ร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการปลูกป่า รวมไปถึงการรณรงค์ใช้ถุงผ้าลดการใช้ถุงพลาสติก โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงผลกระทบจากการใช้ถุงพลาสติกที่เพิ่มขึ้นและชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการใช้ถุงผ้าทดแทน ซึ่งข้อดีของการใช้ถุงผ้ามีดังนี้

- ซักทำความสะอาดได้โดยง่าย
- นุ่มสบายมือน่าใช้ และไม่ก่อให้เกิดการกดทับอย่างรุนแรงต่อฝ่ามือเท่าถุงพลาสติก
- ใช้ง่ายขาดยาก ตกแต่งได้ตามสไตล์ที่ชอบ
- ย่อยสลายได้ ไม่ตกค้างจนเป็นปัญหาในสิ่งแวดล้อม
- ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่าถุงพลาสติก
- ช่วยลดปริมาณมูลฝอย ไม่ทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจก
- ช่วยลดปัญหาโลกร้อน
- บ่งบอกภาวะรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- ใช้ถุงผ้าไปได้ทุกที่ ใส่ได้หลายอย่าง
- ใช้เป็นสื่อรณรงค์เสริมสร้างความเข้าใจและความตระหนักในสิ่งแวดล้อมได้อย่างกว้างขวาง
- ถุงผ้าดิบจะช่วยลดการเกิดและการปนเปื้อนของสารประกอบไดอ๊อกซินที่เป็นสารก่อมะเร็งที่มีอันตรายต่อชีวิต
- พกพาติดตัวได้ง่าน และติดรถ พร้อมใช้งานในทุกโอกาส
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (oknation, 2551: ออนไลน์)

2.1.4 แนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน (Sustainable Consumption Concept)

แนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาตีความและให้ความหมายไว้ในหลากหลายมิติโดยนักวิจัย สถาบัน และองค์กรต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายของการบริโภคที่ยั่งยืน การศึกษาครั้งนี้จึงนำเสนอแนวคิดและความหมายของการบริโภคที่ยั่งยืนใน 2 บริบทคือ บริบทสากลและบริบทไทย

แนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนถูกกล่าวถึงเป็นครั้งแรกโดยกลุ่มประเทศนอร์ดิก (อันได้แก่ ประเทศเดนมาร์ก ฟินแลนด์ ไอซ์แลนด์ นอร์เวย์ สวีเดน กรีนแลนด์ หมู่เกาะแฟโรและหมู่เกาะโอลันด์) ซึ่งกลุ่มประเทศดังกล่าวได้ระดมความคิด และได้ให้ความหมายรวมทั้งนิยมของการบริโภคที่ยั่งยืนไว้ว่า “การบริโภคที่ยั่งยืน หมายถึง การใช้สินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานและนำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในขณะที่ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และก่อให้เกิดสารพิษของเสียและสารมลพิษน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาตลอดทั้งวัฏจักรชีวิตของสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อความเป็นล่วงหน้าของคนในรุ่นถัดไป” ซึ่งบริบทของการบริโภคที่ยั่งยืนมีขอบเขตครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องมากมาย อาทิเช่น ความพอเพียง การมีคุณภาพชีวิตที่ดี การปรับปรุงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มสัดส่วนการใช้แหล่งพลังงานหมุนเวียน การลดของเสีย การพิจารณาวัฏจักรชีวิต และการคำนึงถึงดุลยภาพของมิติที่เกี่ยวข้อง โดยบูรณาการประเด็นสำคัญเหล่านี้เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบแบบแผน เพื่อให้เกิดรูปแบบการตอบสนองความต้องการในชีวิตที่เท่าเทียมหรือดีกว่า และสร้างแรงขับในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อวิถีชีวิตในปัจจุบันและอนาคตของคนรุ่นถัดไป ร่วมกับการลดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมและความเสี่ยงต่อสุขภาพของมนุษย์ (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2550)

สำหรับนิยมการบริโภคอย่างยั่งยืนในบริบทไทยนั้น โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การบริโภคที่ยั่งยืนของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยได้ให้นิยามของการบริโภคอย่างยั่งยืนในบริบทไทยไว้ว่า “การบริโภคที่ยั่งยืน หมายถึ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

งาการบริโภคสิ่งที่มีความจำเป็นต่อชีวิต โดยบริโภคอย่างพอดี พอมี พอกิน พอใจในสิ่งที่มีและได้รับ มีการคำนึงถึงทั้งในวันนี้และวันหน้า และดำเนินชีวิตอย่างมีสติ อยู่ในทางสายกลาง โดยอาศัยความเพียรความรอบรู้ รอบคอบ ความระมัดระวัง รู้จักการประเมินและวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อค้นหาข้อจำกัดที่ตนมี และนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกรูปแบบการบริโภคที่ก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสุขในการดำเนินชีวิตที่สามารถพึงตนเองได้กับทรัพยากรที่มีจำกัดในโลกนี้ รวมถึงมีการแบ่งปันให้กับสังคมรอบข้างและมีความเอื้ออาทรต่อระบบนิเวศ" และอีกในความหมายหนึ่งคือ "การบริโภคอย่างพอดี พอประมาณ ตามความจำเป็นพื้นฐานและนำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยคำนึงถึงการใช้ฐานทรัพยากรและความสามารถที่รองรับได้ของระบบนิเวศ ซึ่งก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสุขในการดำเนินชีวิตที่สามารถพึ่งตนเองได้ มีการแบ่งปันให้กับสังคมรอบข้างและการรักษาฐานทรัพยากรให้สามารถใช้ในกิจกรรมการผลิตและบริการอย่างต่อเนื่องไปถึงคนรุ่นอนาคต" (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2550)

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นทั้งในบริบทสากล และบริบทไทยถึงแม้จะไม่มีคำนิยามหรือคำจำกัดความที่แน่นนอนของการบริโภคที่ยั่งยืน แต่คำนิยามโดยรวมก็มีการกำหนดลักษณะและวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งการวัดความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อแยกผู้บริโภคที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนออกจากผู้บริโภคทั่วไปทำได้โดยการใช้แบบสอบถามที่ประยุกต์มาจากการศึกษาของ Krystallis et al. (2012:334-372), Tanner and Wolfing Kast (2003:883-902) และ Choi and Ng (2011:269-282) ซึ่งจะประกอบด้วย 2 ส่วนหลักคือ (1) ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม และ (2) ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมขององค์กรในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม

2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เกษมณี ยานะโส (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนานา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งประมาณ 100-500 บาท วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปใช้เอง โดยมีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า 5 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่มาซื้อคือวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ สถานที่ที่มักจะเดินทางไปซื้อคือ ร้านค้าปลีกทั่วไป แหล่งข้อมูลในการซื้อคือ จากปากต่อปาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ศิริกุล มูลโรจน์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือตอนปลาย อาชีพลูกจ้างหรือพนักงาน มีรายได้ต่อเดือนร้อยกว่า 10,000 บาท

ส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยตัดสินใจซื้อจากคุณภาพ และเลือกซื้อเพื่อใช้เอง ประเภทเสื้อที่นิยมซื้อคือเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี และนิยมซื้อที่ทอลายแบบธรรมดามากกว่าทอแบบยกดอก ความถี่ที่ซื้อโดยเฉลี่ยคือ 1 ครั้ง/ปี ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งต่ำกว่า 500 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ตนเอง แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้าจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ซื้อคือ จากการบอกต่อของบุคคลอื่น สถานที่เลือกซื้อส่วนใหญ่คือร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งหมด ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การบริการอัธยาศัย และกิริยามารยาทของพนักงานขาย

นิโลบล ตรีเสน่ห์จิต (2553) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจ และทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อถุงผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีสถานภาพสมรสโสด มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนใน การซื้อ มักใช้ถุงผ้าใส่ของใช้ส่วนตัว บุคคลที่มีอิทธิพลคือ ตนเอง มีแหล่งการรับรู้ข่าวสารคือ โทรทัศน์ มีถุงผ้าโดยเฉลี่ยประมาณ 5 ใบ ความถี่ในการใช้ในแต่ละเดือนเท่ากับ 12 ครั้ง ความถี่ในการ ซื้อในรอบปีเท่ากับ 2 ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อปีเท่ากับ 242 บาท เหตุผลในการใช้ถุงผ้าเพราะสะดวกต่อการใช้งาน และตื่นตัวต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและมีความตื่นตัวเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน

ผลการศึกษาด้าน เพศ อายุ และอาชีพ มีผลต่อจำนวนครั้งที่ใช้ถุงผ้าใน แต่ละเดือน เพศ มีผลต่อเหตุผลในการเลือกซื้อหรือใช้ถุงผ้า ทัศนคติต่อถุงผ้าในด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ ใช้ถุงผ้าในแต่ละเดือน รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับกิจกรรมมี ความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้ถุงผ้าในแต่ละเดือน และด้าน จำนวนครั้งในรอบปีที่ซื้อถุงผ้า รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับ ความ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สนใจ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้ถุงผ้าในแต่ละเดือน แรงจูงใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้ถุงผ้าใน แต่ละเดือน และแนวโน้มการซื้อถุงผ้ามีความสัมพันธ์กับจำนวน ครั้งที่ใช้ถุงผ้าในแต่ละเดือนและด้านจำนวนครั้งในรอบปีที่ซื้อถุงผ้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นศึกษาถึงศึกษาพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้แนวคิดในการถามคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?) ผู้บริโภคใช้อะไร (What does the consumer buy?) ทำไมผู้บริโภคจึงใช้ (Why does the consumer buy?) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้ (Who participates in the buying?) ผู้บริโภคใช้เมื่อใด (When does the customer buy?) ผู้บริโภคใช้ที่ไหน (Where does the customer buy?) ผู้บริโภคใช้อย่างไร (How does the customer buy?)

3.1.2 ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มสตรีที่ใช้ผลิตภัณฑ์ถุงผ้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรของที่แน่นอนของสตรีที่ใช้ถุงผ้าในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จึงใช้วิธีการกำหนดตัวอย่างโดยการเปิดตารางกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และเป็นการเก็บตัวอย่างในท้องถิ่นของ Seymour Sudman, 1976 (อ้างในกุณฑลี รื่นรมย์, 2551) จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย โดยเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยแบ่งเก็บข้อมูลจากสถานที่ ได้แก่ ตลาดสด ร้านค้าทั่วไป ร้านซุปเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากสตรีที่ใช้ถุงผ้าในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 200 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคต้องการใช้อะไร ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจใช้ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้ ผู้บริโภคใช้เมื่อใด ผู้บริโภคใช้ที่ไหน และผู้บริโภคใช้อย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale)
แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ระดับ (กุณฑลี รื่นรมย์, 2551) ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

น้อย	2
น้อยที่สุด	1

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ย และแปรความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	**ระดับความสำคัญของปัจจัย**
4.50-5.00	มีความสำคัญมากที่สุด
3.50-4.49	มีความสำคัญมาก
2.50-3.49	มีความสำคัญปานกลาง
1.50-2.49	มีความสำคัญน้อย
1.00-1.49	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ระดับ (กุณฑลี รื่นรมย์, 2551) ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	**คะแนน**
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ย และแปรความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	**ระดับความคิดเห็น**
4.50-5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.50-4.49	เห็นด้วย
2.50-3.49	ไม่แน่ใจ
1.50-2.49	ไม่เห็นด้วย
1.00-1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นการทดสอบเพื่อให้แน่ใจว่าคำถามมีความน่าเชื่อถือ โดยผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ จำนวน 200 ชุด เพื่อหาข้อบกพร่องต่างๆ และทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม โดยใช้หลักการทดสอบความน่าเชื่อถือตามสูตรสัมประสิทธิ์

อัลฟ่า (Coefficient Alpha) ของ Cronbach โดยค่า Cronbach's Alpha มีค่า 0-1 ถ้าค่า Cronbach's Alpha เข้าใกล้ 1 จะมีความน่าเชื่อถือมาก ซึ่งอย่างน้อย ค่าอัลฟ่า ควรมากกว่า 0.8 โดยผลจากการคำนวณค่าความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน ผลของการทดสอบ alpha = 0.845

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ตลาดสด ตลาดนัดกลางคืน ร้านทั่วไป และร้านซุปเปอร์มาร์เก็ต สถานที่ศึกษาคือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.4. ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – พฤศจิกายน 2557 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนกรกฎาคม 2557

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

3.1 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

3.2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

3.3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	24	12.0
20-29 ปี	77	38.5
30-39 ปี	65	32.5
40-49 ปี	24	12.0
50-59 ปี	8	4.0
60 ปี ขึ้นไป	2	1.0
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-29 ปี มากที่สุด ร้อยละ 38.5 รองลงมาอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 32.5 อายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุ 40-49 ปี ร้อยละ 12.0 อายุ 50-59 ปี ร้อยละ 4.0 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	20	10.0
มัธยมตอนปลาย/ปวช.	18	9.0
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	13	6.5
ปริญญาตรี	130	65.0
สูงกว่าปริญญาตรี	19	9.5
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.0 รองลงมาระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 10.0 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.5 ระดับการศึกษามัธยมตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 9.0 และระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	56	28.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	21	10.5
พนักงานบริษัทเอกชน	93	46.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	15	7.5
แม่บ้าน	9	4.5
อื่นๆ	6	3.0
รวม	**200**	**100.0**

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง (6 คน)

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 46.5 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 28.0 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10.5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 7.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 4.5 และอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (รายได้ประจำ และรายได้เสริม)

รายได้ต่อเดือน (รายได้ประจำ และรายได้เสริม)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	97	48.5
15,001-25,000 บาท	67	33.5
25,001-35,000 บาท	17	8.5
35,001-45,000 บาท	7	3.5
45,001-55,000 บาท	5	2.5
55,001 บาทขึ้นไป	7	3.5
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน (รายได้ประจำ และรายได้เสริม) คือไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 48.5 รองลงมา 15,001-25,000 บาท ร้อยละ 33.5 25,001-35,000 บาท ร้อยละ 8.5 35,001-45,000 บาท และ55,001 บาทขึ้นไป เท่ากัน ร้อยละ 3.5 และ45,001-55,000 บาท ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ซักทำความสะอาดได้ง่าย	67 (33.5)	90 (45.0)	33 (16.5)	10 (5.0)	0 (0.0)	4.07 (มาก)	6
ย่อยสลายได้ไม่ตกค้างจนเป็นปัญหาในสิ่งแวดล้อม	52 (26.0)	90 (45.0)	58 (29.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	8
นุ่มสบายมือน่าใช้และไม่ก่อให้เกิดการกดทับอย่างรุนแรงต่อฝ่ามือเท่าถุงพลาสติก	39 (19.5)	109 (54.5)	42 (21.0)	0 (0.0)	10 (5.0)	3.84 (มาก)	10
สามารถตกแต่งได้ตามสไตล์ที่ชอบ	71 (35.5)	94 (47.0)	24 (12.0)	1 (0.5)	10 (5.0)	4.08 (มาก)	5
ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก	111 (55.5)	80 (40.0)	9 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.51 (มากที่สุด)	3
ช่วยลดปัญหาโลกร้อน	119 (59.5)	72 (36.0)	9 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.55 (มากที่สุด)	2
สะดวกในการใช้งานพกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส	124 (62.0)	75 (37.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62 (มากที่สุด)	1
ถุงผ้าดิบจะช่วยลดการเกิดและการปนเปื้อนของสารประกอบไดอ๊อกซินที่เป็นสารก่อมะเร็งที่มีอันตรายต่อชีวิต	80 (40.0)	110 (55.0)	10 (5.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.35 (มาก)	4
ราคาถูก	75 (37.5)	71 (35.5)	43 (21.5)	1 (0.5)	10 (5.0)	4.00 (มาก)	7
ได้มาจากการแจกฟรี	61 (30.5)	82 (41.0)	39 (19.5)	18 (9.0)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	9
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**4.19 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.62) ช่วยลดปัญหาโลกร้อน (ค่าเฉลี่ย 4.55) ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.51) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ถุงผ้าดิบจะช่วยลดการเกิดและการปนเปื้อนของสารประกอบไดอ๊อกซินที่เป็นสารก่อมะเร็งที่มีอันตรายต่อชีวิต (ค่าเฉลี่ย 4.35) สามารถตกแต่งได้ตามสไตล์ที่ชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ซักทำความสะอาดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ย่อยสลายได้ไม่ตกค้างจนเป็นปัญหาในสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.97) ได้มาจากการแจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.93) นุ่มสบายมือน่าใช้และไม่ก่อให้เกิดการกดทับอย่างรุนแรงต่อฝ่ามือเท่าถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสินค้าทันสมัยเป็นที่นิยม	28	14.0
ได้รับแจกมา	160	80.0
มีความสะดวกในการใช้	130	65.0
มีรูปแบบสวยงามถูกใจ	92	46.0
มีลวดลายสีสันถูกใจ	73	36.5
เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก	118	59.0
เพื่อสะสมแต้มคะแนนจากทางห้างสรรพสินค้า	20	10.0
เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน	126	63.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือ ได้รับแจกมา ร้อยละ 80.0 รองลงมา มีความสะดวกในการใช้ ร้อยละ 65.0 เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน ร้อยละ 63.0 เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก ร้อยละ 59.0 มีรูปแบบสวยงามถูกใจ ร้อยละ 46.0 ลวดลายสีสันถูกใจ ร้อยละ 36.5 และเพื่อสะสมแต้มคะแนนจากทางห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก)	81	40.5
ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง)	151	75.5
ถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่)	99	49.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำคือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 75.5 รองลงมาถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่) ร้อยละ 49.5 และถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก) ร้อยละ 40.5

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละ ตามโอกาสในการใช้ถุงผ้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้

โอกาสในการใช้ถุงผ้า	จำนวน	ร้อยละ
ใช้จ่ายตลาด	63	31.5
ใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว	93	46.5
ใช้ใส่หนังสือเรียน	115	57.5
ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน	143	71.5
ใช้ใส่ของในซุปเปอร์มาร์เก็ต	62	31.0
ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น /ร้านมินิมาร์ททั่วไป	39	19.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โอกาสในการใช้ถุงผ้าคือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ร้อยละ 71.5 รองลงมา ใช้ใส่หนังสือเรียน ร้อยละ 57.5 ใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว ร้อยละ 46.5 ใช้จ่ายตลาด ร้อยละ 31.5 ใช้ใส่ของในซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 31.0 และร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น /ร้านมินิมาร์ททั่วไป ร้อยละ 19.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	199	99.5
แฟน	9	4.5
ครอบครัว	10	5.0
เพื่อน	10	5.0
ที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้	22	11.0
อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์	39	19.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 99.5 รองลงมา อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 19.5 ที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้ ร้อยละ 11.0 ครอบครัว และเพื่อน เท่ากัน ร้อยละ 5.0 และแฟน ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	80	40.0
วันเว้นวัน	41	20.5
สัปดาห์ละครั้ง	68	34.0
อื่นๆ	11	5.5
รวม	200	100.0

หมายเหตุ: อื่น ๆได้แก่ ไม่แน่นอน

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ทุกวัน ร้อยละ 40.0 รองลงมาสัปดาห์ละครั้ง 34.0 วันเว้นวัน ร้อยละ 34.0 และอื่นๆ ร้อยละ 5.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละ จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1 ถุง	27	13.5
2 ถุง	100	50.0
3 ถุง	53	26.5
4 ถุง	19	9.5
5 ถุงขึ้นไป	1	0.5
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันคือ 2 ถุง ร้อยละ 50.0 รองลงมา 3 ถุง ร้อยละ 26.5 1 ถุง ร้อยละ 13.5 4 ถุง ร้อยละ 9.5 และ 5 ถุงขึ้นไป ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละ การเคยซื้อถุงผ้าใช้เองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ

การเคยซื้อถุงผ้าใช้เอง	จำนวน	ร้อยละ
เคย	136	68.0
ไม่เคย	64	32.0
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง ร้อยละ 68.0 และไม่เคย ร้อยละ 32.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละ ช่วงระยะเวลาในการเคยซื้อถุงผ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามการเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด

การเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา	9	6.6
1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา	10	7.4
3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา	29	21.3
นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา	88	64.7
รวม	**136**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบที่เคยซื้อ จำนวน 136 ราย

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้า นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 64.7 รองลงมา 3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 21.3 1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 7.4 และภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา ร้อยละ 6.6

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ

ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เดือนละครั้ง	19	14.0
3 เดือนครั้ง	31	22.8
6 เดือนครั้ง	48	35.3
นานกว่า 6 เดือน	38	27.9
รวม	**136**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบที่เคยซื้อ จำนวน 136 ราย

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ 6 เดือนครั้ง ร้อยละ 35.3 รองลงมานานกว่า 6 เดือน ร้อยละ 27.9 3 เดือน ครั้ง ร้อยละ 22.8 และเดือนละครั้ง ร้อยละ 14.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	89	65.4
101-200 บาท	11	8.1
201-300 บาท	36	26.5
301-400 บาท	0	0.0
401 บาทขึ้นไป	0	0.0
รวม	**136**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบที่เคยซื้อ จำนวน 136 ราย

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 65.4 รองลงมา201-300 บาท ร้อยละ 26.5 และ101-200 บาท ร้อยละ 8.1

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละ สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ

สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดนัดกลางคืน	49	36.0
ห้างสรรพสินค้า	9	6.6
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	9	6.6
ถนนคนเดิน	69	50.7
รวม	**136**	**100.0**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ถนนคนเดิน ร้อยละ 50.7 รองลงมา ตลาดนัดกลางคืน ร้อยละ 36.0 ห้างสรรพสินค้าและซุปเปอร์มาร์เก็ต เท่ากัน ร้อยละ 6.6

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละ การทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ

การทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	**จำนวน**	**ร้อยละ**
คนรู้จัก/เพื่อน	61	30.5
คนในครอบครัว	3	1.5
คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย	33	16.5
อินเทอร์เน็ต	69	34.5
วิทยุ	19	9.5
การออกงานแสดงสินค้า	89	44.5
เดินไปเจอแล้วซื้อ	138	69.0
อื่น ๆ	4	2.0

หมายเหตุอื่นๆ ได้แก่ถนนคนเดิน

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ เดินไปเจอแล้วซื้อ ร้อยละ 69.0 รองลงมาการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 44.5 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 34.5 คนรู้จัก/เพื่อน ร้อยละ 30.5คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย ร้อยละ 16.5 วิทยุ ร้อยละ 9.5 อื่นๆ ร้อยละ 2.0 และคนในครอบครัว ร้อยละ 1.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุ

ข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	อายุ		
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 ปีขึ้นไป	รวม
	N=101	N=99	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ย่อยสลายได้ไม่ตกค้างจนเป็นปัญหาใน	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)	3.97 (มาก)
นุ่มสบายมือน่าใช้และไม่ก่อให้เกิดการ	3.96 (มาก)	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)
สามารถตกแต่งได้ตามสไตล์ที่ชอบ	4.10 (มาก)	4.05 (มาก)	4.08 (มาก)
ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก	4.52 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
ช่วยลดปัญหาโลกร้อน	4.49 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส	4.60 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
ถุงผ้าดิบจะช่วยลดการเกิดและการปนเปื้อน	4.24 (มาก)	4.46 (มาก)	4.35 (มาก)
ราคาถูก	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้มาจากการแจกฟรี	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.77 (มาก)**	**3.79 (มาก)**	**3.78 (มาก)**

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาคือ ทนทาน

และใช้ซ้ำได้มากครั้ง กว่า ถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.52) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ ช่วยลดปัญหาโลกร้อน (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ ช่วยลดปัญหาโลกร้อน (ค่าเฉลี่ย 4.62) และทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	N=101		N=99	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสินค้าทันสมัยเป็นที่นิยม	9	8.9	19	19.2
ได้รับแจกมา	88	87.1	72	72.7
มีความสะดวกในการใช้	70	69.3	60	60.6
มีรูปแบบสวยงามถูกใจ	52	51.5	40	40.4
มีลวดลายสีสันถูกใจ	40	39.6	33	33.3
เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก	56	55.4	62	62.6
เพื่อสะสมแต้มคะแนนจากทางห้างสรรพสินค้า	9	8.9	11	11.1
เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน	56	55.4	70	70.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือ ได้รับแจกมา ร้อยละ 87.1 รองลงมา มีความสะดวกในการใช้ ร้อยละ 69.3 และเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน เท่ากัน ร้อยละ 55.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้คือ ได้รับแจกมา ร้อยละ 72.7 รองลงมา เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน ร้อยละ 70.7 และเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก ร้อยละ 62.6

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	N=101		N=99	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก)	39	38.6	42	42.4
ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง)	81	80.2	70	70.7
ถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่)	42	41.6	57	57.6

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 80.2 รองลงมา ถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่) ร้อยละ 41.6 และถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก) ร้อยละ 38.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นมากที่สุดคือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 70.7 รองลงมา ถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่) ร้อยละ 57.6 และถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก) ร้อยละ 42.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละ ตามโอกาสในการใช้ถุงผ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

โอกาสในการใช้ถุงผ้า	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	N=101		N=99	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้จ่ายตลาด	29	28.7	34	34.3
ใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว	48	47.5	45	45.5
ใช้ใส่หนังสือเรียน	59	58.4	56	56.6
ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน	73	72.3	70	70.7
ใช้ใส่ของในซุปเปอร์มาร์เก็ต	25	24.8	37	37.4
ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น /ร้านมินิมาร์ททั่วไป	19	18.8	20	20.2

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี โอกาสในการใช้ถุงผ้ามากที่สุดคือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ร้อยละ 72.3 รองลงมา ใช้ใส่หนังสือเรียน ร้อยละ 58.4 และใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว ร้อยละ 47.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป โอกาสในการใช้ถุงผ้ามากที่สุดคือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ร้อยละ 70.7 รองลงมา ใช้ใส่หนังสือเรียน ร้อยละ 56.6 และใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว ร้อยละ 45.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	N=101		N=99	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	101	100.0	98	99.0
แฟน	4	4.0	5	5.1
ครอบครัว	4	4.0	6	6.1
เพื่อน	2	2.0	8	8.1
ที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้	12	11.9	10	10.1
อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์	17	16.8	22	22.2

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมสำคัญมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 100.0 รองลงมา อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 16.8 และที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้ ร้อยละ 11.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 99.0 รองลงมา อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 22.2 และที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้ ร้อยละ 10.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	N=101		N=99	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	38	37.6	42	42.4
วันเว้นวัน	20	19.8	21	21.2
สัปดาห์ละครั้ง	38	37.6	30	30.3
อื่นๆ	5	5.0	6	6.1
รวม	**101**	**100.0**	**99**	**100.0**

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมสำคัญมากที่สุดคือ ทุกวัน สัปดาห์ละครั้ง เท่ากันร้อยละ 37.6 รองลงมา วันเว้นวัน ร้อยละ 19.8 และอื่นๆ ร้อยละ 5.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมสำคัญมากที่สุดคือ ทุกวัน ร้อยละ 42.4 รองลงมา สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 30.3 และวันเว้นวัน ร้อยละ 21.2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละ จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน	**อายุ**			
	ต่ำกว่า 30 ปี		**30 ปีขึ้นไป**	
	N=101		**N=99**	
	จำนวน	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**
1 ถุง	15	14.9	12	12.1
2 ถุง	43	42.6	57	57.6
3 ถุง	36	35.6	17	17.2
4 ถุง	7	6.9	12	12.1
5 ถุงขึ้นไป	0	0.0	1	1.0
รวม	101	100.0	99	100.0

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันความสำคัญมากที่สุดคือ 2 ถุง ร้อยละ 42.6 รองลงมา 3 ถุง ร้อยละ 35.6 และ 1 ถุง ร้อยละ 14.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันมากที่สุดคือ คือ 2 ถุง ร้อยละ 57.6 รองลงมา 3 ถุง ร้อยละ 17.2 และ 1 ถุง 4 ถุง เท่ากัน ร้อยละ 12.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละ การเคยซื้อถุงผ้าใช้เองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามอายุ

เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	72	71.3	64	64.6
ไม่เคย	29	28.7	35	35.4
รวม	**101**	**100.0**	**99**	**100.0**

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี การเคยซื้อถุงผ้าใช้เอง คือ เคย ร้อยละ 71.3 และไม่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง ร้อยละ 28.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป การเคยซื้อถุงผ้าใช้เองคือ เคย ร้อยละ 64.4 และไม่เคยซื้อเอง ร้อยละ 35.4

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละ ช่วงระยะเวลาในการเคยซื้อถุงผ้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามการอายุ

การเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา	3	4.2	6	9.4
1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา	2	2.8	8	12.5
3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา	14	19.4	15	23.4
นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา	53	73.6	35	54.7
รวม	**72**	**100.0**	**64**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง (ตารางที่ 4.25)

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี การเคยซื้อถุงผ้ามากที่สุด คือ นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 73.6 รองลงมา 3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 19.4 และภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา ร้อยละ 4.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป การเคยซื้อถุงผ้ามากที่สุดคือ นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 54.7 รองลงมา 3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 23.4 และ1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามอายุ

ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง	10	13.9	9	14.1
3 เดือนครั้ง	13	18.1	18	28.1
6 เดือนครั้ง	24	33.3	24	33.5
นานกว่า 6 เดือน	25	34.7	13	20.0
รวม	**72**	**100.0**	**64**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง (ตารางที่ 4.25)

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ นานกว่า 6 เดือน ร้อยละ 34.7 รองลงมา 6 เดือนครั้ง ร้อยละ 33.3 และ3 เดือนครั้ง ร้อยละ 18.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ 6 เดือนครั้ง ร้อยละ 33.5 รองลงมา 3 เดือนครั้ง ร้อยละ 28.1 และนานกว่า 6 เดือน ร้อยละ 20.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามอายุ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	47	65.3	42	65.6
101-200 บาท	7	9.7	4	6.3
201-300 บาท	18	25.0	18	28.1
301-400 บาท	0	0.0	0	0.0
401 บาทขึ้นไป	0	0.0	0	0.0
รวม	72	100.0	64	100.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง (ตารางที่ 4.25)

จากตารางที่ 4.28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 65.3 รองลงมา 201-300 บาท ร้อยละ 25.0 และ 101-200 บาท ร้อยละ 9.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 65.6 รองลงมา 201-300 บาท ร้อยละ 28.1 และ 101-200 บาท ร้อยละ 6.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละ สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามอายุ

สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	N=101		N=99	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดนัดกลางคืน	28	38.9	21	32.8
ห้างสรรพสินค้า	6	8.3	3	4.7
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	5	6.9	4	6.3
ถนนคนเดิน	33	45.8	36	56.3
รวม	101	100.0	99	100.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง (ตารางที่ 4.25)

จากตารางที่ 4.29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ ถนนคนเดิน ร้อยละ 45.8 รองลงมา ตลาดนัดกลางคืน ร้อยละ 38.9 และซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 6.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ ถนนคนเดิน ร้อยละ 56.3 รองลงมา ตลาดนัดกลางคืน ร้อยละ 32.8 และซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 6.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละ ตามแหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามอายุ

แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปีขึ้นไป	
	N=101		N=99	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จัก/เพื่อน	28	27.7	33	33.3
คนในครอบครัว	1	1.0	2	2.0
คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย	20	19.8	13	13.1
อินเทอร์เน็ต	40	39.6	29	29.3
วิทยุ	6	5.9	13	13.1
การออกงานแสดงสินค้า	49	48.5	40	40.4
เดินไปเจอแล้วซื้อ	66	65.3	72	72.7
อื่น ๆ	2	2.0	2	2.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 4.30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ เดินไปเจอแล้วซื้อ ร้อยละ 65.3 รองลงมาคือการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 48.5 และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 39.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ เดินไปเจอแล้วซื้อ ร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ การออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 40.4 และคนรู้จัก/เพื่อน ร้อยละ 33.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	N=51	N=149	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ซักทำความสะอาดได้ง่าย	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)
ย่อยสลายได้ไม่ตกค้างจนเป็นปัญหาในสิ่งแวดล้อม	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)
นุ่มสบายมือน่าใช้และไม่ก่อให้เกิดการกดทับอย่างรุนแรงต่อฝ่ามือเท่าถุงพลาสติก	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)
สามารถตกแต่งได้ตามสไตล์ที่ชอบ	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)
ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก	4.41 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
ช่วยลดปัญหาโลกร้อน	4.51 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส	4.69 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
ถุงผ้าดิบจะช่วยลดการเกิดและการปนเปื้อนของสารประกอบไดอ๊อกซินที่เป็นสารก่อมะเร็งที่มีอันตรายต่อชีวิต	4.29 (มาก)	4.37 (มาก)	4.35 (มาก)
ราคาถูก	4.06 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้มาจากการแจกฟรี	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.18 (มาก)**	**4.19 (มาก)**	**4.19 (มาก)**

จากตารางที่ 4.31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับ ความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาคือ ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.52) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ ช่วยลดปัญหาโลกร้อน (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีให้ระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา ช่วยลดปัญหาโลกร้อน ร้อยละ 4.56 และทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่าถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละ ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	N=51		N=149	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสินค้าทันสมัยเป็นที่นิยม	11	21.6	17	11.4
ได้รับแจกมา	43	84.3	117	78.5
มีความสะดวกในการใช้	35	68.6	95	63.8
มีรูปแบบสวยงามถูกใจ	26	51.0	66	44.3
มีลวดลายสีสันถูกใจ	19	37.3	54	36.2
เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก	26	51.0	92	61.7
เพื่อสะสมแต้มคะแนนจากทางห้างสรรพสินค้า	7	13.7	13	8.7
เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน	30	58.8	96	64.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือ ได้รับแจกมา ร้อยละ 84.3 รองลงมา มีความสะดวกในการใช้ ร้อยละ 68.6 และเพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน ร้อยละ 58.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้คือ ได้รับแจกมา ร้อยละ 78.5 รองลงมา เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน ร้อยละ 64.4 และมีความสะดวกในการใช้ ร้อยละ 63.8

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	N=51		N=149	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก)	20	39.2	61	40.9
ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง)	41	80.4	110	73.8
ถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่)	26	51.0	73	49.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประเภท ของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ คือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 80.4 รองลงมา ถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่) ร้อยละ 51.0 และถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก) ร้อยละ 39.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีประเภท ของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ คือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 73.8 รองลงมา ถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่) ร้อยละ 49.0 และถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก) ร้อยละ 40.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละ ตามโอกาสในการใช้ถุงผ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

โอกาสในการใช้ถุงผ้า	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	N=51		N=149	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้จ่ายตลาด	16	31.4	47	31.5
ใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว	23	45.1	70	47.0
ใช้ใส่หนังสือเรียน	33	64.7	82	55.0
ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน	36	70.6	107	71.8
ใช้ใส่ของในซุปเปอร์มาร์เก็ต	14	27.5	48	32.2
ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น /ร้านมินิมาร์ททั่วไป	9	17.6	30	20.1

จากตารางที่ 4.34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โอกาสในการใช้ถุงผ้า คือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ร้อยละ 70.6 รองลงมา ใช้ใส่หนังสือเรียน ร้อยละ 64.7 และใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว ร้อยละ 45.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี โอกาสในการใช้ถุงผ้า คือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ร้อยละ 71.8 รองลงมา ใช้ใส่หนังสือเรียน ร้อยละ 55.0 และใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว ร้อยละ 47.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	N=51		N=149	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	50	98.0	149	100.0
แฟน	4	7.8	5	3.4
ครอบครัว	2	3.9	8	5.4
เพื่อน	2	3.9	8	5.4
ที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้	8	15.7	14	9.4
อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์	15	29.4	24	16.1

จากตารางที่ 4.35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 98.0 รองลงมา อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 29.4 และที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้ ร้อยละ 15.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 100.0 รองลงมา อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 16.1 และที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้ ร้อยละ 9.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	N=51		N=149	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	22	43.1	58	38.9
วันเว้นวัน	11	21.6	30	20.1
สัปดาห์ละครั้ง	15	29.4	53	35.6
อื่นๆ	3	5.9	8	5.4
รวม	**51**	**100.0**	**149**	**100.0**

จากตารางที่ 4.36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ความถี่ใน การ ใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ ทุกวัน ร้อยละ 43.1 รองลงมา สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 29.4 และ วันเว้นวัน ร้อยละ 21.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ทุกวัน ร้อยละ 38.9 รองลงมา สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 35.6 และวันเว้นวัน ร้อยละ 20.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละ จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	N=51		N=149	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ถุง	8	15.7	19	12.8
2 ถุง	25	49.0	75	50.3
3 ถุง	11	21.6	42	28.2
4 ถุง	7	13.7	12	8.1
5 ถุงขึ้นไป	0	0.0	1	0.7
รวม	51	100.0	149	100.0

จากตารางที่ 4.37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน คือ 2 ถุง ร้อยละ 49.0 รองลงมา 3 ถุง ร้อยละ 21.6 และ 1 ถุง ร้อยละ 15.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน คือ 2 ถุง ร้อยละ 50.3 รองลงมา 3 ถุง ร้อยละ 28.2 และ 1 ถุง ร้อยละ 12.8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละ การเคยซื้อถุงผ้าใช้เอง ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา

เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	N=51		N=149	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	35	68.6	101	67.8
ไม่เคย	16	31.4	48	32.2
รวม	**51**	**100.0**	**149**	**100.0**

จากตารางที่ 4.38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง ร้อยละ 68.6 และไม่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง ร้อยละ 31.4

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง ร้อยละ 67.8 และไม่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง ร้อยละ 32.2

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละ ช่วงเวลาในการเคยซื้อถุงผ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา

การเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	N=51		N=149	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา	2	5.7	7	6.9
1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา	2	5.7	8	7.9
3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา	9	25.7	20	19.8
นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา	22	62.9	66	65.3
รวม	**35**	**100.0**	**101**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อถุงผ้า (ตารางที่ 4.38)

จากตารางที่ 4.39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้า คือ นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 62.9 รองลงมา 3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 25.7 และภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา 1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา เท่ากัน ร้อยละ 5.7

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ใหญ่ เคยซื้อถุงผ้า คือ นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 65.3 รองลงมา 3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 19.8 และ 1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 7.9

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	**ระดับการศึกษา**			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		**ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี**	
	จำนวน	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เดือนละครั้ง	4	11.4	15	14.9
3 เดือนครั้ง	8	22.9	23	22.8
6 เดือนครั้ง	13	37.1	35	34.7
นานกว่า 6 เดือน	10	28.6	28	27.7
รวม	**35**	**100.0**	**101**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อถุงผ้า (ตารางที่ 4.38)

จากตารางที่ 4.40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ความถี่ใน การซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ 6 เดือนครั้ง ร้อยละ 37.1 รองลงมา นานกว่า 6 เดือน ร้อยละ 28.6 และ 3 เดือนครั้ง ร้อยละ 22.9

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ 6 เดือนครั้ง ร้อยละ 34.7 รองลงมา นานกว่า 6 เดือน ร้อยละ 27.7 และ 3 เดือนครั้ง ร้อยละ 22.8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	21	60.0	68	67.3
101-200 บาท	3	8.6	8	7.9
201-300 บาท	11	31.4	25	24.8
301-400 บาท	0	0.0	0	0.0
401 บาทขึ้นไป	0	0.0	0	0.0
รวม	**35**	**100.0**	**101**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อถุงผ้า (ตารางที่ 4.38)

จากตารางที่ 4.41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 60.0 รองลงมา 201-300 บาท ร้อยละ 31.4 และ101-200 บาท ร้อยละ 8.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีให้ระดับความสำคัญค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 67.3 รองลงมา 201-300 บาท ร้อยละ 24.8 และ101-200 บาท ร้อยละ 7.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละ สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	**ระดับการศึกษา**			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		**ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี**	
	จำนวน	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ตลาดนัดกลางคืน	12	34.3	37	36.6
ห้างสรรพสินค้า	2	5.7	7	6.9
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	3	8.6	6	5.9
ถนนคนเดิน	18	51.4	51	50.5
รวม	**35**	**100.0**	**101**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อถุงผ้า (ตารางที่ 4.38)

จากตารางที่ 4.42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ ถนนคนเดิน ร้อยละ 51.4 รองลงมา ตลาดนัดกลางคืน ร้อยละ 34.3 และซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 8.6

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ ถนนคนเดิน ร้อยละ 50.5 รองลงมา ตลาดนัดกลางคืน ร้อยละ 36.6 และห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 6.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละ แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	N=51		N=149	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จัก/เพื่อน	16	31.4	45	30.2
คนในครอบครัว	1	2.0	2	1.3
คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย	10	19.6	23	15.4
อินเทอร์เน็ต	20	39.2	49	32.9
วิทยุ	8	15.7	11	7.4
การออกงานแสดงสินค้า	25	49.0	64	43.0
เดินไปเจอแล้วซื้อ	39	76.5	99	66.4
อื่น ๆ	0	0.0	4	2.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ เดินไปเจอแล้วซื้อ ร้อยละ 76.5 รองลงมาคือ การออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 49.0 และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 39.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีแหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ เดินไปเจอแล้วซื้อ ร้อยละ 66.4 รองลงมาคือ การออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 43.0 และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 32.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.3 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	N=97	N=67	N=36	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ซักทำความสะอาดได้ง่าย	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.07 (มาก)
ย่อยสลายได้ไม่ตกค้างจนเป็นปัญหาในสิ่งแวดล้อม	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)	3.97 (มาก)
นุ่มสบายมือน่าใช้และไม่ก่อให้เกิดการกดทับอย่างรุนแรงต่อฝ่ามือเท่าถุงพลาสติก	3.87 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)	3.84 (มาก)
สามารถตกแต่งได้ตามสไตล์ที่ชอบ	4.05 (มาก)	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)
ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่าถุงพลาสติก	4.46 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
ช่วยลดปัญหาโลกร้อน	4.49 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส	4.61 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
ถุงผ้าดิบจะช่วยลดการเกิดและการปนเปื้อนของสารประกอบไดอ๊อกซินที่เป็นสารก่อมะเร็งที่มีอันตรายต่อชีวิต	4.25 (มาก)	4.37 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
ราคาถูก	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้มาจากการแจกฟรี	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	3.61 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.16 (มาก)	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)

All rights reserved

จากตารางที่ 4.44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ให้ระดับความสำคัญของข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส (ค่าเฉลี่ย

4.60) รองลงมาคือ ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.52) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ ช่วยลดปัญหาโลกร้อน (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ระดับความสำคัญของถุงเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาคือ ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.57) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ ช่วยลดปัญหาโลกร้อน (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญของถุงเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ช่วยลดปัญหาโลกร้อน สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมา ถุงผ้าดิบจะช่วยลดการเกิดและการปนเปื้อนของสารประกอบไดอ๊อกซินที่เป็นสารก่อมะเร็งที่มีอันตรายต่อชีวิต (ค่าเฉลี่ย 4.58) และทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละ ของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001 บาทขึ้นไป	
	N=97		N=67		N=36	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสินค้าทันสมัยเป็นที่นิยม	13	13.4	11	16.4	4	11.1
ได้รับแจกมา	84	86.6	53	79.1	23	63.9
มีความสะดวกในการใช้	68	70.1	41	61.2	21	58.3
มีรูปแบบสวยงามถูกใจ	44	45.4	32	47.8	16	44.4
มีลวดลายสีสันถูกใจ	33	34.0	25	37.3	15	41.7
เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก	56	57.7	44	65.7	18	50.0
เพื่อสะสมแต้มคะแนนจากทางห้างสรรพสินค้า	10	10.3	8	11.9	2	5.6
เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน	57	58.8	42	62.7	27	75.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือ ได้รับแจกมา ร้อยละ 86.6 รองลงมา มีความสะดวกในการใช้ ร้อยละ 70.1 และเพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน ร้อยละ 58.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือ ได้รับแจกมา ร้อยละ 79.1 รองลงมา เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก ร้อยละ 65.7 และเพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน ร้อยละ 62.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือ เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน ร้อยละ 75.0 รองลงมา ได้รับแจกมา ร้อยละ 63.9 และมีความสะดวกในการใช้ ร้อยละ 58.3

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ	**รายได้ต่อเดือน**					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		**15,001-25,000 บาท**		**25,001 บาทขึ้นไป**	
	N=97		**N=67**		**N=36**	
	จำนวน	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก)	37	38.1	33	49.3	11	30.6
ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง)	77	79.4	45	67.2	29	80.6
ถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่)	47	48.5	33	49.3	19	52.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ คือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 79.4 รองลงมา ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 48.5 และถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก) ร้อยละ 38.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ คือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 67.2 รองลงมา ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก) เท่ากัน ร้อยละ 49.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ คือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 80.6 รองลงมา ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 52.8 และถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก) ร้อยละ 30.6

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละ ตามโอกาสในการใช้ถุงผ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

โอกาสในการใช้ถุงผ้า	**รายได้ต่อเดือน**					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		**15,001-25,000 บาท**		**25,001 บาทขึ้นไป**	
	N=97		**N=67**		**N=36**	
	จำนวน	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ใช้จ่ายตลาด	29	29.9	22	32.8	12	33.3
ใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว	48	49.5	31	46.3	14	38.9
ใช้ใส่หนังสือเรียน	59	60.8	36	53.7	20	55.6
ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน	69	71.1	47	70.1	27	75.0
ใช้ใส่ของในซุปเปอร์มาร์เก็ต	28	28.9	20	29.9	14	38.9
ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น /ร้านมินิมาร์ททั่วไป	16	16.5	14	20.9	9	25.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

All rights reserved

จากตารางที่ 4.47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่โอกาสในการใช้ถุงผ้า คือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ร้อยละ 71.1 รองลงมา ใช้ใส่หนังสือเรียน ร้อยละ 60.8 และใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว ร้อยละ 49.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่โอกาสในการใช้ถุงผ้ามากที่สุดคือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ร้อยละ 70.1 รองลงมา ใช้ใส่หนังสือเรียน ร้อยละ 53.7 และใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว ร้อยละ 46.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่โอกาสในการใช้ถุงผ้ามากที่สุดคือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ร้อยละ 75.0 รองลงมา ใช้ใส่หนังสือเรียน ร้อยละ 55.6 และใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว ใช้ใส่ของในซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 38.9 เท่ากัน

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001 บาทขึ้นไป	
	N=97		N=67		N=36	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	96	99.0	67	100.0	36	100.0
แฟน	5	5.2	3	4.5	1	2.8
ครอบครัว	5	5.2	3	4.5	2	5.6
เพื่อน	2	2.1	5	7.5	3	8.3
ที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้	12	12.4	9	13.4	1	2.8
อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์	22	22.7	14	20.9	3	8.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 99.0 รองลงมา อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 22.7 และที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้ ร้อยละ 12.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 100.0 รองลงมา อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 20.9 และที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้ ร้อยละ 13.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 100.0 รองลงมา เพื่อน อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์ เท่ากัน ร้อยละ 8.3 และครอบครัว ร้อยละ 5.6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	35	36.1	30	44.8	15	41.7
วันเว้นวัน	19	19.6	14	20.9	8	22.2
สัปดาห์ละครั้ง	36	37.1	21	31.3	11	30.6
อื่นๆ	7	7.2	2	3.0	2	5.6
รวม	**97**	**100.0**	**67**	**100.0**	**36**	**100.0**

จากตารางที่ 4.49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 37.1 รองลงมา ทุกวัน ร้อยละ 36.1 และวันเว้นวัน ร้อยละ 19.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ทุกวัน ร้อยละ 44.8 รองลงมา สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 31.3 และวันเว้นวัน ร้อยละ 20.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ทุกวัน ร้อยละ 41.7 รองลงมา สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 30.6 และวันเว้นวัน ร้อยละ 22.2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละ จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ถุง	13	13.4	10	14.9	4	11.1
2 ถุง	44	45.4	36	53.7	20	55.6
3 ถุง	30	30.9	17	25.4	6	16.7
4 ถุง	9	9.3	4	6.0	6	16.7
5 ถุงขึ้นไป	1	1.0	0	0.0	0	0.0
รวม	**97**	**100.0**	**67**	**100.0**	**36**	**100.0**

จากตารางที่ 4.50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันคือ 2 ถุง ร้อยละ 45.4 รองลงมา 3 ถุง ร้อยละ 30.9 และ1 ถุง ร้อยละ 13.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันคือ 2 ถุง ร้อยละ 53.7 รองลงมา 3 ถุง ร้อยละ 25.4 และ1 ถุง ร้อยละ 14.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีจำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันคือ 2 ถุง ร้อยละ 55.6 รองลงมา 3 ถุง 4 ถุง ร้อยละ 16.7 และ1 ถุง ร้อยละ 11.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละ การเคยซื้อถุงผ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	67	69.1	43	64.2	26	72.2
ไม่เคย	30	30.9	24	35.8	10	27.8
รวม	**97**	**100.0**	**67**	**100.0**	**36**	**100.0**

จากตารางที่ 4.51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เองคือ เคย ร้อยละ 69.1 รองลงมา ไม่เคย ร้อยละ 30.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เองมากที่สุดคือ เคย ร้อยละ 64.2 รองลงมา ไม่เคย ร้อยละ 35.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เองมากที่สุดคือ เคย ร้อยละ 72.2 รองลงมา ไม่เคย ร้อยละ 27.8

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละ ช่วงระยะเวลาในการซื้อถุงผ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา	3	4.5	4	9.3	2	7.7
1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา	2	3.0	5	11.6	3	11.5
3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา	14	20.9	8	18.6	7	26.9
นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา	48	71.6	26	60.5	14	53.8
รวม	**67**	**100.0**	**43**	**100.0**	**26**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบที่เคยซื้อถุงผ้า (ตารางที่ 4.51)

จากตารางที่ 4.52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด มากที่สุด คือ นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 71.6 รองลงมา 3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 20.9 และภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา ร้อยละ 4.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด มากที่สุดคือ นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 60.5 รองลงมา 3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 18.6 และภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา ร้อยละ 9.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด มากที่สุดคือ นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 53.8 รองลงมา 3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา ร้อยละ 26.9 และภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา ร้อยละ 11.5

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	**รายได้ต่อเดือน**					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		**15,001-25,000 บาท**		**25,001 บาทขึ้นไป**	
	N=97		**N=67**		**N=36**	
	จำนวน	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เดือนละครั้ง	8	11.9	8	18.6	3	11.5
3 เดือนครั้ง	13	19.4	13	30.2	5	19.2
6 เดือนครั้ง	23	34.3	13	30.2	12	46.2
นานกว่า 6 เดือน	23	34.3	9	20.9	6	23.1
รวม	**67**	**100.0**	**43**	**100.0**	**26**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบที่เคยซื้อถุงผ้า (ตารางที่ 4.51)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ 6 เดือนครั้ง นานกว่า 6 เดือน เท่ากัน ร้อยละ 34.3 รองลงมา 3 เดือนครั้ง ร้อยละ 19.4 และเดือนละครั้ง ร้อยละ 11.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ 3 เดือนครั้ง 6 เดือนครั้ง เท่ากัน ร้อยละ 30.2 รองลงมา นานกว่า 6 เดือน ร้อยละ 20.9 และเดือนละครั้ง ร้อยละ 18.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ 6 เดือนครั้ง ร้อยละ 46.2 รองลงมา นานกว่า 6 เดือน ร้อยละ 23.1 และ3 เดือนครั้ง ร้อยละ 19.2

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	**รายได้ต่อเดือน**					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		**15,001-25,000 บาท**		**25,001 บาทขึ้นไป**	
	จำนวน	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	42	62.7	29	67.4	18	69.2
101-200 บาท	7	10.4	2	4.7	2	7.7
201-300 บาท	18	26.9	12	27.9	6	23.1
301-400 บาท	0	0.0	0	0.0	0	0.0
401 บาทขึ้นไป	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	**67**	**100.0**	**43**	**100.0**	**26**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบที่เคยซื้อถุงผ้า (ตารางที่ 4.50)

จากตารางที่ 4.54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 62.7 รองลงมา 201-300 บาท ร้อยละ 26.9 และ101-200 บาท ร้อยละ 10.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 67.4 รองลงมา 201-300 บาท ร้อยละ 27.9 และ101-200 บาท ร้อยละ 4.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 69.2 รองลงมา 201-300 บาท ร้อยละ 23.1 และ101-200 บาท ร้อยละ 7.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละ สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดนัดกลางคืน	25	37.3	13	30.2	11	42.3
ห้างสรรพสินค้า	5	7.5	3	7.0	1	3.8
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	5	7.5	2	4.7	2	7.7
ถนนคนเดิน	32	47.8	25	58.1	12	46.2
รวม	**67**	**100.0**	**43**	**100.0**	**26**	**100.0**

หมายเหตุ: จากผู้ตอบที่เคยซื้อถุงผ้า (ตารางที่ 4.50)

จากตารางที่ 4.55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ ถนนคนเดิน ร้อยละ 47.8 รองลงมา ตลาดนัดกลางคืน ร้อยละ 37.3 และห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต เท่ากัน ร้อยละ 7.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ ถนนคนเดินร้อยละ 58.1 รองลงมา ตลาดนัดกลางคืน ร้อยละ 30.2 และห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 7.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ ถนนคนเดินร้อยละ 46.2 รองลงมา ตลาดนัดกลางคืน ร้อยละ 42.3 และซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 7.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละ แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จัก/เพื่อน	28	28.9	25	37.3	8	22.2
คนในครอบครัว	1	1.0	2	3.0	0	-
คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย	19	19.6	10	14.9	4	11.1
อินเทอร์เน็ต	39	40.2	19	28.4	11	30.6
วิทยุ	10	10.3	4	6.0	5	13.9
การออกงานแสดงสินค้า	42	43.3	29	43.3	18	50.0
เดินไปเจอแล้วซื้อ	72	74.2	41	61.2	25	69.4
อื่น ๆ	2	2.1	2	3.0	0	0.0

จากตารางที่ 4.56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ เดินไปเจอแล้วซื้อ ร้อยละ 74.2 รองลงมา การออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 43.3 และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 40.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ เดินไปเจอแล้วซื้อ ร้อยละ 61.2 รองลงมา การออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 43.3 และคนรู้จัก/เพื่อน ร้อยละ 37.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ เดินไปเจอแล้วซื้อ ร้อยละ 69.4 รองลงมา การออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 50.0 และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 30.6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง

ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ไม่ใช่ปัจจัยในการใช้	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
แนวคิดในการออกแบบเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	71 (35.5)	60 (30.0)	51 (25.5)	9 (4.5)	9 (4.5)	0 (0.0)	3.88 (มาก)	8
ความคงทนของผลิตภัณฑ์	90 (45.0)	82 (41.0)	28 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31 (มาก)	3
ความปลอดภัยในการใช้งาน	88 (44.0)	81 (40.5)	28 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (1.5)	4.24 (มาก)	4
ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	67 (33.5)	91 (45.5)	30 (15.0)	0 (0.0)	10 (5.0)	2 (1.0)	4.00 (มาก)	7
มีให้เลือกหลายขนาด	98 (49.0)	73 (36.5)	18 (9.0)	0 (0.0)	10 (5.0)	1 (0.5)	4.23 (มาก)	5
มีหลายรูปแบบการดีไซน์การตกแต่งลวดลายให้เลือก	100 (50.0)	63 (31.5)	27 (13.5)	0 (0.0)	10 (5.0)	0 (0.0)	4.22 (มาก)	6
ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก	118 (59.0)	63 (31.5)	18 (9.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	4.48 (มาก)	1
ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน	99 (49.5)	81 (40.5)	19 (9.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	4.38 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)							**4.22 (มาก)**	

จากตารางที่ 4.57 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก เรียงลำดับคือ ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาความเหมาะสมของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขนาดกับการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความคงทนของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความปลอดภัยในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีหลายรูปแบบการดีไซน์ การตกแต่งลวดลายให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และแนวคิดในการออกแบบเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคา ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผล					ไม่ใช่ปัจจัยในการใช้	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ราคาถูก	60 (30.0)	116 (58.0)	23 (11.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	4.17 (มาก)	3
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	199 (99.5)	109 (54.5)	60 (30.0)	30 (15.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	4.38 (มาก)	1
มีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน	79 (39.5)	86 (43.0)	24 (12.0)	10 (5.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	4.16 (มาก)	4
มีหลายระดับราคาให้เลือก	96 (48.0)	82 (41.0)	21 (10.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	4.36 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)							**4.26 (มาก)**	

จากตารางที่ 4.58 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมากเรียงลำดับคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.36) ราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 4.17) และมีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผล					ไม่ใช่ปัจจัยในการใช้	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป	59 (29.5)	84 (42.0)	39 (19.5)	17 (8.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	1
จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต	39 (19.5)	63 (31.5)	78 (39.0)	9 (4.5)	10 (5.0)	0 (0.0)	3.56 (มาก)	3
สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้	49 (24.5)	70 (35.0)	70 (35.0)	10 (5.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	3.79 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)							**3.76 (มาก)**	

จากตารางที่ 4.59 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก เรียงลำดับคือสินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผล					ไม่ใช่ปัจจัยในการใช้	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆ	85 (42.5)	45 (22.5)	29 (14.5)	27 (13.5)	9 (4.5)	5 (2.5)	3.85 (มาก)	1
มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก	57 (28.5)	59 (29.5)	40 (20.0)	27 (13.5)	9 (4.5)	8 (4.0)	3.59 (มาก)	3
มีของแถม	40 (20.0)	56 (28.0)	52 (26.0)	27 (13.5)	19 (9.5)	6 (3.0)	3.33 (ปานกลาง)	4
มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก	41 (20.5)	65 (32.5)	70 (35.0)	18 (9.0)	0 (0.0)	6 (3.0)	3.63 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)							**3.60 (มาก)**	

จากตารางที่ 4.60 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก เรียงลำดับคือมีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) และให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	4.22	มาก	2
ด้านราคา	4.26	มาก	1
ด้านการจัดจำหน่าย	3.76	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60	มาก	4

จากตารางที่ 4.61 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.62 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ		
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 ปีขึ้นไป	รวม
	N=101	N=99	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
แนวคิดในการออกแบบเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.84 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)
ความคงทนของผลิตภัณฑ์	4.32 (มาก)	4.30 (มาก)	4.31 (มาก)
ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)	4.30 (มาก)
ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)	4.04 (มาก)
มีให้เลือกหลายขนาด	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)
มีหลายรูปแบบการดีไซน์ การตกแต่งลวดลายให้เลือก	4.28 (มาก)	4.15 (มาก)	4.22 (มาก)
ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก	4.46 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน	4.41 (มาก)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.25 (มาก)**	**4.22 (มาก)**	**4.24 (มาก)**

จากตารางที่ 4.62 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของขนาดกับ

การใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.41) และความปลอดภัยในการใช้งาน มีให้เลือกหลายขนาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.40) และความคงทนของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ตารางที่ 4.63 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคา ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ		
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 ปีขึ้นไป	รวม
	N=101	N=99	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาถูก	4.19 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	4.40 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.34 (มาก)	4.42 (มาก)	4.38 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.25 (มาก)**	**4.32 (มาก)**	**4.28 (มาก)**

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.63 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.34) และราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.42) และมีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ		
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 ปีขึ้นไป	รวม
	N=101	N=99	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป	3.96 (มาก)	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)
จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)
สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.78 (มาก)**	**3.74 (มาก)**	**3.76 (มาก)**

จากตารางที่ 4.64 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3อันดับแรกคือ สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.65 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ		
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 ปีขึ้นไป	รวม
	N=101	N=99	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆ	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)
มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	3.67 (มาก)
มีของแถม	3.42 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.68 (มาก)**	**3.60 (มาก)**	**3.64 (มาก)**

จากตารางที่ 4.65 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา คือ มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.66 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	N=51	N=149	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
แนวคิดในการออกแบบเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
ความคงทนของผลิตภัณฑ์	4.27 (มาก)	4.32 (มาก)	4.31 (มาก)
ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.30 (มาก)	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)
ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)
มีให้เลือกหลายขนาด	4.34 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)
มีหลายรูปแบบการดีไซน์ การตกแต่งลวดลายให้เลือก	4.27 (มาก)	4.19 (มาก)	4.22 (มาก)
ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก	4.44 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)
ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน	4.44 (มาก)	4.39 (มาก)	4.40 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.24 (มาก)**	**4.23 (มาก)**	**4.24 (มาก)**

จากตารางที่ 4.66 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งานเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา มีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 4.34) และความปลอดภัยในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.39) และความคงทนของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ตารางที่ 4.67 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคา ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	**ระดับการศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี**	**รวม**
	N=51	**N=149**	**N=200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
ราคาถูก	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.38 (มาก)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน	4.24 (มาก)	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.42 (มาก)	4.36 (มาก)	4.38 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.31 (มาก)**	**4.28 (มาก)**	**4.28 (มาก)**

จากตารางที่ 4.67 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.36) และราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ตารางที่ 4.68 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	**ระดับการศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี**	**รวม**
	N=51	**N=149**	**N=200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.93 (มาก)
จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต	3.61 (มาก)	3.55 (มาก)	3.56 (มาก)
สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.80 (มาก)**	**3.75 (มาก)**	**3.76 (มาก)**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.68 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ตารางที่ 4.69 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	**ระดับการศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี**	**รวม**
	N=51	**N=149**	**N=200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆ	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)
มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)	3.67 (มาก)
มีของแถม	3.39 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก	3.69 (มาก)	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.63 (มาก)**	**3.65 (มาก)**	**3.64 (มาก)**

จากตารางที่ 4.69 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) และมีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) และมีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.70 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	N=97	N=67	N=36	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
แนวคิดในการออกแบบเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.85 (มาก)	3.82 (มาก)	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)
ความคงทนของผลิตภัณฑ์	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)
ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.27 (มาก)	4.29 (มาก)	4.42 (มาก)	4.30 (มาก)
ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)
มีให้เลือกหลายขนาด	4.25 (มาก)	4.34 (มาก)	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)
มีหลายรูปแบบการดีไซน์ การตกแต่งลวดลายให้เลือก	4.16 (มาก)	4.31 (มาก)	4.17 (มาก)	4.22 (มาก)
ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก	4.48 (มาก)	4.49 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน	4.35 (มาก)	4.48 (มาก)	4.39 (มาก)	4.40 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.19 (มาก)	4.27 (มาก)	4.29 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 4.70 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.35) และ ความปลอดภัยในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) และมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมาคือ ความคงทนของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และความปลอดภัยในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ตารางที่ 4.71 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคา ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	**รายได้ต่อเดือน**			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	**15,001-25,000 บาท**	**25,001 บาท ขึ้นไป**	**รวม**
	N=97	**N=67**	**N=36**	**N=200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
ราคาถูก	4.15 (มาก)	4.22 (มาก)	4.22 (มาก)	4.19 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.31 (มาก)	4.48 (มาก)	4.47 (มาก)	4.40 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน	4.09 (มาก)	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	4.18 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.22 (มาก)**	**4.33 (มาก)**	**4.38 (มาก)**	**4.28 (มาก)**

จากตารางที่ 4.71 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีหลายระดับราคาให้เลือก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 4.15) และมีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.40) และราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ตารางที่ 4.72 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	**รายได้ต่อเดือน**			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	**15,001-25,000 บาท**	**25,001 บาท ขึ้นไป**	**รวม**
	N=97	**N=67**	**N=36**	**N=200**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)
จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต	3.66 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)
สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.80 (มาก)**	**3.77 (มาก)**	**3.66 (มาก)**	**3.76 (มาก)**

จากตารางที่ 4.72 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือสินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือสินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.73 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	N=97	N=67	N=36	N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆ	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)
มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)
มีของแถม	3.39 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.64 (มาก)**	**3.65 (มาก)**	**3.65 (มาก)**	**3.64 (มาก)**

จากตารางที่ 4.73 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนให้ระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือมีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือมีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือมีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือ มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.97) รองลงมาคือ มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) และมีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.74 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม

ความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความเห็นด้วย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มนุษย์กำลังทำลายสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง	111 (55.5)	80 (40.0)	9 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.51 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	1
ความสมดุลของธรรมชาติสามารถทนต่อผลกระทบจากประเทศอุตสาหกรรมใหม่ต่าง ๆ ได้	22 (11.0)	49 (24.5)	98 (49.0)	20 (10.0)	11 (5.5)	3.26 (ไม่แน่ใจ)	8
มนุษยชาติกำลังเผชิญหน้ากับวิกฤตระบบนิเวศน์ที่กำลังขยายขอบเขตเป็นอย่างมาก	87 (43.5)	86 (43.0)	27 (13.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30 (เห็นด้วย)	3
โลกเปรียบเสมือนกับยานอวกาศที่มีพื้นที่และทรัพยากรอันจำกัดมาก ๆ	80 (40.0)	62 (31.0)	48 (24.0)	10 (5.0)	0 (0.0)	4.06 (เห็นด้วย)	5
ถ้าสิ่งต่าง ๆ ยังคงดำเนินไปตามรูปแบบที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เราทุกคนจะประสบกับความหายนะทางสิ่งแวดล้อมครั้งใหญ่ในอนาคตต้องเปลี่ยนแปลง	103 (51.5)	70 (35.0)	27 (13.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 (เห็นด้วย)	2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.74 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม

ความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความเห็นด้วย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ผลิตภัณฑ์ที่ฉันเลือกใช้ในชีวิตประจำวันจำเป็นต้องถูกผลิตขึ้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	42 (21.0)	110 (55.0)	39 (19.5)	9 (4.5)	0 (0.0)	3.93 (เห็นด้วย)	7
ผลิตภัณฑ์ที่ฉันเลือกใช้ในชีวิตประจำวันจำเป็นต้องถูกผลิตขึ้นด้วยวิธีที่ไม่ส่งผลต่อการเสียสมดุลของสิ่งแวดล้อม	40 (20.0)	122 (61.0)	38 (19.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01 (เห็นด้วย)	6
ผลิตภัณฑ์ที่ฉันเลือกใช้ในชีวิตประจำวันจำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์ด้วยวิธีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	58 (29.0)	103 (51.5)	39 (109.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (เห็นด้วย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**4.07 (เห็นด้วย)**	

จากตารางที่ 4.74 พบว่าด้านสิ่งแวดล้อมผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ มนุษย์กำลังทำลายสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.51) และให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ถ้าสิ่งต่าง ๆ ยังคงดำเนินไปตามรูปแบบที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เราทุกคนจะประสบกับความหายนะทางสิ่งแวดล้อมครั้งใหญ่ในอนาคต (ค่าเฉลี่ย 4.38) มนุษยชาติกำลังเผชิญหน้ากับวิกฤตระบบนิเวศน์ที่กำลังขยายขอบเขตเป็นอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) ผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ในชีวิตประจำวันจำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์ด้วยวิธีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.10)โลกเปรียบเสมือนกับยานอวกาศที่มีพื้นที่และทรัพยากรอันจำกัดมาก ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ในชีวิตประจำวันจำเป็นต้องถูกผลิตขึ้นด้วยวิธีที่ไม่ส่งผลต่อการเสียสมดุลของสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.01) ผลิตภัณฑ์ที่ฉันเลือกใช้ในชีวิตประจำวันจำเป็นต้องถูกผลิตขึ้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรกับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความสมดุลของธรรมชาติสามารถทนต่อผลกระทบจากประเทศอุตสาหกรรมใหม่ต่าง ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ตารางที่ 4.75 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านเศรษฐกิจ

ความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านเศรษฐกิจ	ระดับความเห็นด้วย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
เมื่อฉันทำการซื้อ ฉันจะซื้อสินค้าที่มีรสนิยม	0 (0.0)	29 (14.5)	79 (39.5)	73 (36.5)	19 (9.5)	2.59 (ไม่แน่ใจ)	8
เมื่อฉันจะซื้อผลิตภัณฑ์ ฉันมักถูกชักนำโดยสิ่งที่ฉันชอบ	29 (14.5)	91 (45.5)	58 (29.0)	11 (5.5)	11 (5.5)	3.58 (เห็นด้วย)	6
ผู้คนควรบริโภค/อุปโภคในสิ่งที่เขาชอบ ถึงแม้ว่าสิ่งนั้นจะไม่ดีต่อสุขภาพ	10 (5.0)	64 (32.0)	46 (23.0)	59 (29.5)	21 (10.5)	2.92 (ไม่แน่ใจ)	7
เมื่อฉันทำการซื้อ ฉันจะเลือกด้วยรสนิยมของฉัน	33 (16.5)	100 (50.0)	47 (23.5)	1 (0.5)	19 (9.5)	3.64 (เห็นด้วย)	5
ฉันให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ว่าต้องไม่มีสารเคมี	20 (10.0)	135 (67.5)	36 (18.0)	0 (0.0)	9 (4.5)	3.79 (เห็นด้วย)	3
ฉันหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมเป็นโทษต่อร่างกายมากเกินไป	58 (29.0)	102 (51.0)	40 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.09 (เห็นด้วย)	1
เมื่อฉันทำการซื้อ ฉันให้ความสนใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีสารที่ไม่ดีต่อสุขภาพอยู่หรือไม่	20 (10.0)	131 (65.5)	30 (15.0)	10 (5.0)	9 (4.5)	3.72 (เห็นด้วย)	4
เรื่องสุขภาพมีบทบาทสำคัญต่อฉันเมื่อฉันบริโภค/อุปโภคผลิตภัณฑ์	51 (25.5)	100 (50.0)	40 (20.0)	9 (4.5)	0 (0.0)	3.97 (เห็นด้วย)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**3.53 (เห็นด้วย)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.75 พบว่าด้านเศรษฐกิจผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย คือ ผู้บริโภคควรหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมเป็นโทษต่อร่างกายมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.09) เรื่องสุขภาพมีบทบาทสำคัญต่อผู้บริโภคทั้งการบริโภค/อุปโภคผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ว่าต้องไม่มีสารเคมี (ค่าเฉลี่ย 3.79) เมื่อทำการซื้อ ผู้บริโภคให้ความสนใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีสารที่ไม่ดีต่อสุขภาพอยู่หรือไม่ (ค่าเฉลี่ย 3.72) เมื่อทำการซื้อ ผู้บริโภคจะเลือกด้วยรสนิยมของตัวผู้บริโภคเอง (ค่าเฉลี่ย 3.64) เมื่อจะซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมักถูกชักนำโดยสิ่งที่ตัวเองชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และให้ระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ ได้แก่ ผู้คนควรบริโภค/อุปโภคในสิ่งที่เขาชอบ ถึงแม้ว่าสิ่งนั้นจะไม่ดีต่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.92) และเมื่อผู้บริโภคทำการซื้อจะซื้อสินค้าที่มีรสนิยม (ค่าเฉลี่ย 2.59)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.76 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสังคม

ความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสังคม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสามัคคีในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนามีความสำคัญกับฉัน	22 (11.0)	91 (45.5)	87 (43.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.68 (เห็นด้วย)	4
ฉันจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หากฉันไม่แน่ใจว่าผู้ผลิตและคนงานได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม	0 (0.0)	69 (34.5)	131 (65.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.35 (ไม่แน่ใจ)	5
เมื่อฉันซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ฉันให้ความสนใจกับฉลากที่แสดงถึงการค้าที่เป็นธรรม	39 (19.5)	100 (50.0)	61 (30.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.89 (เห็นด้วย)	3
ฉันประสงค์ที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้นเพื่อสนับสนุนผู้ผลิตรายย่อยจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	10 (5.0)	46 (23.0)	117 (58.5)	27 (13.5)	0 (0.0)	3.20 (ไม่แน่ใจ)	6
มีความสำคัญสำหรับฉันที่จะสนับสนุนผู้ผลิตในท้องถิ่น เมื่อฉันซื้อสินค้า	29 (14.5)	132 (66.0)	30 (15.0)	9 (4.5)	0 (0.0)	3.91 (เห็นด้วย)	2
เป็นสิ่งที่ดีในการสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศโดยการซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	50 (25.0)	112 (56.0)	38 (19.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (เห็นด้วย)	1
ผู้บริโภคควรแสดงออกถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันกับผู้ผลิตในท้องถิ่น	40 (20.0)	101 (50.5)	59 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91 (เห็นด้วย)	2
ไม่มีความสำคัญสำหรับฉันว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือไม่	10 (5.0)	49 (24.5)	83 (41.5)	48 (24.0)	10 (5.0)	3.01 (ไม่แน่ใจ)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**3.62 (เห็นด้วย)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.76 พบว่าด้านสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็น โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.62) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยคือเป็นสิ่งที่ดีในการสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศโดยการซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีความสำคัญสำหรับผู้บริโภคที่จะสนับสนุนผู้ผลิตในท้องถิ่น เมื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) ผู้บริโภคควรแสดงออกถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันกับผู้ผลิตในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.91) เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตัวเองจะให้ความสนใจกับฉลากที่แสดงถึงการค้าที่เป็นธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความสามัคคีในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนามีความสำคัญกับตัวผู้บริโภคเอง (ค่าเฉลี่ย 3.68) และให้ระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจได้แก่ ผู้บริโภคจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หากไม่แน่ใจว่าผู้ผลิตและคนงานได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.35) ผู้บริโภคประสงค์ที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้นเพื่อสนับสนุนผู้ผลิตรายย่อยจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (ค่าเฉลี่ย 3.20) ไม่มีความสำคัญสำหรับตัวผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือไม่ (ค่าเฉลี่ย 3.01)

ตารางที่ 4.77 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมขององค์กรด้านสิ่งแวดล้อม

ความเห็นต่อพฤติกรรมขององค์กรด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บริษัทต่างๆ ควรพยายามทุกวิถีทางเพื่อลดมลพิษอันเกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมของตนเอง	100 (50.0)	60 (30.0)	31 (15.5)	9 (4.5)	0 (0.0)	4.26 (เห็นด้วย)	2
หากเป็นไปได้ บริษัทต่างๆ ควรใช้วัสดุรีไซเคิลในการผลิตสินค้าของตนเอง	81 (40.5)	81 (40.5)	29 (14.5)	9 (4.5)	0 (0.0)	4.17 (เห็นด้วย)	3
บริษัทต่างๆ ควรมีโครงการเพื่อการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน	131 (65.5)	51 (25.5)	9 (4.5)	9 (4.5)	0 (0.0)	4.52 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**4.32 (เห็นด้วย)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.77 พบว่าด้านสิ่งแวดล้อมผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.32) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือบริษัทต่างๆ ควรมีโครงการเพื่อการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน (ค่าเฉลี่ย 4.52) และให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่ บริษัทต่าง ๆ ควรพยายามทุกวิถีทางเพื่อลดมลพิษอันเกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.26) และหากเป็นไปได้บริษัทต่าง ๆ ควรใช้วัสดุรีไซเคิลในการผลิตสินค้าของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ตารางที่ 4.78 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อพฤติกรรมขององค์กรด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ความเห็นต่อพฤติกรรมของด้านสังคมและเศรษฐกิจ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บริษัทต่างๆ ควรพยายามทุกวิถีทางเพื่อสนับสนุนการจ้างงานจากชุมชนต่าง ๆ ที่ต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมของบริษัทตนเอง	80 (40.0)	73 (36.5)	47 (23.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (เห็นด้วย)	3
บริษัทต่างๆ ควรใช้โครงการพึ่งพาแหล่งพลังงานทดแทนที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อลดต้นทุนการผลิต	111 (55.5)	71 (35.5)	18 (9.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.47 (เห็นด้วย)	1
บริษัทต่างๆ ควรมีโครงการความร่วมมือกับแหล่งชุมชนเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค	110 (55.0)	72 (36.0)	18 (9.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46 (เห็นด้วย)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**4.36 (เห็นด้วย)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.78 พบว่าด้านสังคมและเศรษฐกิจผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็น โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.36) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยคือบริษัทต่าง ๆ ควรใช้โครงการพึ่งพาแหล่งพลังงานทดแทนที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อลดต้นทุนการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ บริษัทต่างๆ ควรมีโครงการความร่วมมือกับแหล่งชุมชนเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.46) และบริษัทต่างๆ ควรพยายามทุกวิถีทางเพื่อสนับสนุนการจ้างงานจากชุมชนต่าง ๆ ที่ต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมของบริษัทตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

4.5 ส่วนที่ 5 ปัญหาที่เคยพบจากการใช้ถุงผ้า

- กระเป๋าผ้าสีขาว สกปรกง่าย เป็นรอยเปื้อนง่าย
- คราบรอยเปื้อนบนผ้า ฝังลึกซักออกยาก
- เวลาใส่ของจ่ายตลาด คราบน้ำแกง อาหารซึมทะลุออกมาด้านนอกถุง
- หูหิ้วขาดง่าย เย็บไม่ดี ไม่ทนเวลาใส่ของหนัก
- ซักแล้วลวดลายบนกระเป๋าสีซีดจางลง
- ตัวผ้ากระเป๋าเวลาซักสีตก โดยเฉพาะสีดำ
- เวลาเปียกฝนหรือโดนน้ำจะเป็นเชื้อราจุดดำ ๆ

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

- เนื้อผ้าควรมีความหนา คงทน ไม่ขาดง่าย
- ควรซักทำความสะอาดง่าย เนื้อผ้าไม่หดตัว มีสีและรูปแบบให้เลือกหลากหลาย
- เน้นการออกแบบดีไซน์
- หาวิธีป้องกันการเกิดเชื้อรา
- ควรใช้ฝีเย็บที่ละเอียด เพื่อการใช้งานได้นานทนทานมากขึ้น
- ควรจะมีเป็นเหมือนผ้ายางอยู่ข้างในกระเป๋า เวลาถุงอาหารรั่วจะได้ไม่ซึมออกมาข้างนอก
- กันน้ำกันฝนได้
- เนื้อผ้าที่ซักง่าย ทำถุงผ้าสีเข้ม
- ควรมีหลากหลายขนาด และมีสีที่หลากหลาย
- ควรทำหลายชั้น ๆ และมีซิปจะได้ใช้ได้สะดวกขึ้น และเก็บของเป็นหมวดหมู่ได้
- ถ้าสามารถคิดค้นนวัตกรรมทำให้มันไม่เปียกฝน (กันฝน กันน้ำ) ได้เหมือนสินค้าจำพวกพลาสติก ถุงผ้าก็จะเป็นทางเลือกอันดับต้น ๆ ของผู้บริโภคได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มสตรีที่ใช้ผลิตภัณฑ์ถุงผ้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-29 ปี มากที่สุด ร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.0 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 46.5 รายได้ต่อเดือน (รายได้ประจำ และรายได้เสริม) คือไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 48.5

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.62) ช่วยลดปัญหาโลกร้อน (ค่าเฉลี่ย 4.55) ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่า ถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ส่วนใหญ่ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือ ได้รับแจกมา ร้อยละ 80.0 ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำคือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) ร้อยละ 75.5 โอกาสในการใช้ถุงผ้าคือ ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน ร้อยละ 71.5 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 99.5 ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือทุกวัน ร้อยละ 40.0 จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบันคือ 2 ถุง ร้อยละ 50.0 ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง ร้อยละ 68.0 และเคยซื้อถุงผ้า นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 64.7 โดยมีความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ 6 เดือนครั้ง ร้อยละ 35.3 ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เพื่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ร้อยละ 65.4 และสถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ถนนคนเดิน ร้อยละ 50.7 สำหรับการทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ เดินไปเจอแล้วซื้อ ร้อยละ 69.0

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 5.1 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	อายุ	
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 ปีขึ้นไป
ข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส/ ทนทาน ใช้ซ้ำได้มากกว่าถุงพลาสติก	สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส/ช่วยลดปัญหาโลกร้อน
ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้	ได้รับแจกมา/ สะดวกในการใช้/ เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก	ได้รับแจกมา/ เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน/ ลดการใช้ถุงพลาสติก
ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ	ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง)	ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง)
โอกาสในการใช้ถุงผ้า	ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน	ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน
ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ตัดสินใจด้วยตนเอง
ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ทุกวัน สัปดาห์ละครั้ง เท่ากัน	ทุกวัน
จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน	2 ถุง	2 ถุง
เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง	เคย	เคย
ช่วงระยะเวลาการซื้อถุงผ้า	นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา	นานกว่า 1 เดือนที่ผ่าน
ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	นานกว่า 6 เดือน	6 เดือนครั้ง
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท
สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ถนนคนเดิน	ถนนคนเดิน
แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	เดินไปเจอแล้วซื้อ	เดินไปเจอแล้วซื้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตางรางที่ 5.1 พบว่า พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีความแตกต่างกันในส่วนข้อดีของถุงผ้าที่เลือกใช้ คือกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี เห็นถึงข้อดีของการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่าถุงพลาสติก แต่กลุ่มอายุ 30 ปี ขึ้นไปเห็นข้อดีของการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส และช่วยลดปัญหาโลกร้อน ในด้านถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี จะใช้ถุงผ้าเพราะได้รับแจกมา มีความสะดวกในการใช้และเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก แต่กลุ่มอายุ 30 ปีขึ้นไปจะใช้ถุงผ้านอกจากการได้รับแจกมาแล้ว ยังใช้เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน และลดการใช้ถุงพลาสติกเป็นสำคัญ

2.2 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 5.2 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี
ข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส	สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส
ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้	ได้รับแจกมา/ สะดวกในการใช้/ เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน	ได้รับแจกมา/ เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน/ สะดวกในการใช้
ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ	ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง)	ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง)
โอกาสในการใช้ถุงผ้า	ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน	ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน
ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ตัดสินใจด้วยตนเอง
ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ทุกวัน	ทุกวัน
จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน	2 ถุง	2 ถุง
เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง	เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง	เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง
ช่วงระยะเวลาในการซื้อถุงผ้า	นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา	นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี
ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	6 เดือนครั้ง	6 เดือนครั้ง
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท
สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ถนนคนเดิน	ถนนคนเดิน
แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	เดินไปเจอแล้วซื้อ	เดินไปเจอแล้วซื้อ

จากตางรางที่ 5.2 พบว่า พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีความแตกต่างกันในส่วนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ คือ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญเลือกใช้ถุงผ้าที่ได้รับแจกมา รองลงมาคือมีความสะดวกในการใช้ และเพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า โดยให้เลือกใช้เพราะได้รับแจกมา รองลงมาใช้เพราะต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน และมีความสะดวกในการใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.3 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 5.3 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	รายได้ต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001 บาทขึ้นไป
ข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้ได้ทุกโอกาส	สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้ได้ทุกโอกาส	ช่วยลดปัญหาโลกร้อน / สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส
ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้	ได้รับแจกมา/ มีความสะดวกในการใช้/ เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน	ได้รับแจกมา/ เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก/เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน	เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน/ ได้รับแจกมา/ มีความสะดวกในการใช้
ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เคยใช้เป็นประจำ	ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ	ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ	ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ
โอกาสในการใช้ถุงผ้า	ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน	ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน	ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน
ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ตัดสินใจด้วยตนเอง
ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	สัปดาห์ละครั้ง	ทุกวัน	ทุกวัน
จำนวนถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในปัจจุบัน	2 ถุง	2 ถุง	2 ถุง
เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง	เคย	เคย	เคย
ช่วงระยะเวลาในการซื้อถุงผ้า	นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา	นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา	นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา
ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	6 เดือนครั้ง นานกว่า 6 เดือน เท่ากัน	3 เดือนครั้ง 6 เดือนครั้ง เท่ากัน	6 เดือนครั้ง
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	รายได้ต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001 บาทขึ้นไป
สถานที่ที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ถนนคนเดิน	ถนนคนเดิน	ถนนคนเดิน
แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	เดินไปเจอแล้วซื้อ	เดินไปเจอแล้วซื้อ	เดินไปเจอแล้วซื้อ

จากตางรางที่ 5.3 พบว่า พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน แต่จะมีความแตกต่างกันคือ รายได้ไม่เกิน 15,000บาท และรายได้ตั้งแต่ 15,001-25,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้ที่เห็นถึงข้อดีของการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้ได้ทุกโอกาส แต่รายได้ตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป นอกจากมีพฤติกรรมการใช้ที่เห็นข้อดีมีความสะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้ได้ทุกโอกาส และยังเห็นถึงข้อดีของการช่วยลดปัญหาโลกร้อนอีกด้วย รวมถึงถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ กลุ่มรายได้ไม่เกิน 15,000บาท เลือกใช้ถุงผ้าจากที่ได้รับแจกมา รองลงมาเพราะมีความสะดวกในการใช้ กลุ่มรายได้ตั้งแต่ 15,001-25,000 บาท เลือกใช้ถุงผ้าจากที่ได้รับแจกมาและใช้เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก แต่รายได้ตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป เลือกใช้ถุงผ้าที่นอกเหนือจากได้รับแจกมาแล้ว ยังมีพฤติกรรมเลือกใช้ถุงผ้าเพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อนเป็นสำคัญ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และความคงทนของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.36) และราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือสินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือมีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59)

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 5.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อายุ	
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 ปี ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก	ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก
ด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
ด้านการจัดจำหน่าย	สินค้ามีวางจำหน่ายร้านค้าทั่วไป	สินค้ามีวางจำหน่ายร้านค้าทั่วไป
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าของสตรีในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยจำแนกตามอายุ ไม่มีความแตกต่างกันทั้งปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 5.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี
ด้านผลิตภัณฑ์	ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งานเท่ากัน	ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก
ด้านราคา	มีหลายระดับราคาให้เลือก	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
ด้านการจัดจำหน่าย	สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป	สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าของสตรีในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีความคล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีความแตกต่างกันที่ปัจจัยทางด้านราคา คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะพิจารณาที่มีหลายระดับราคาให้เลือก แต่ระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าจะเลือกพิจารณาที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นสำคัญ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 5.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมือง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รายได้ต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001 บาทขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก	ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก	ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก
ด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีหลายระดับราคาเหลือกเท่ากัน	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
ด้านการจัดจำหน่าย	สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป	สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป	สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าของสตรีในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีความคล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีความแตกต่างกันที่ปัจจัยทางด้านราคา คือ รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท จะพิจารณาที่มีหลายระดับราคาให้เลือกและราคาเหมาะสมกับคุณภาพควบคู่กันไป แต่รายได้ 15,001-25,000 บาทต่อเดือน และ 25,001 บาทขึ้นไป จะเลือกพิจารณาที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นสำคัญ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน

พฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ มนุษย์กำลังทำลายสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยคือ ถ้าสิ่งต่าง ๆ ยังคงดำเนินไปตามรูปแบบที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เราทุกคนจะประสบกับความหายนะทางสิ่งแวดล้อมครั้งใหญ่ในอนาคตต้องเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมนุษยชาติกำลังเผชิญหน้ากับวิกฤตระบบนิเวศน์ที่กำลังขยายขอบเขตเป็นอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

พฤติกรรมส่วนบุคคลด้านเศรษฐกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็น โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยลำดับแรกคือ ผู้บริโภคจะหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมเป็นโทษต่อร่างกายมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ เรื่องสุขภาพมีบทบาทสำคัญต่อ ผู้บริโภค เมื่อบริโภค/อุปโภคผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ ว่าต้องไม่มีสารเคมี (ค่าเฉลี่ย 3.79)

พฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็น โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.62) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยลำดับแรกคือ เป็นสิ่งที่ดีในการสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศโดยการซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาคือ มีความสำคัญสำหรับผู้บริโภคที่จะสนับสนุนผู้ผลิตในท้องถิ่น เมื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) และผู้บริโภคควรแสดงออกถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันกับผู้ผลิตในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.91)

พฤติกรรมขององค์กรด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.32) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งลำดับแรกคือ บริษัทต่าง ๆ ควรมีโครงการเพื่อการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมาให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่ บริษัทต่าง ๆ ควรพยายามทุกวิถีทางเพื่อลดมลพิษอันเกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.26) และหากเป็นไปได้ บริษัทต่าง ๆ ควรใช้วัสดุรีไซเคิลในการผลิตสินค้าของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

พฤติกรรมขององค์กรด้านสังคมและเศรษฐกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็น โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.36) ในปัจจัยย่อยให้ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยลำดับแรกคือ บริษัทต่าง ๆ ควรใช้โครงการพึ่งพาแหล่งพลังงานทดแทนที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อลดต้นทุนการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ บริษัทต่าง ๆ ควรมีโครงการความร่วมมือกับแหล่งชุมชนเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.46) และ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริษัทต่าง ๆ ควรพยายามทุกวิถีทางเพื่อสนับสนุนการจ้างงานจากชุมชนต่าง ๆ ที่ต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมของบริษัทตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม สามารถอภิปรายผลโดยใช้แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ข้อ มาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-29 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน (รายได้ประจำ และรายได้เสริม) คือไม่เกิน 15,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของของนิโลบล ตรีเสน่ห์จิต (2553) ที่ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจ และทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อถุงผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แต่ไม่สอดคล้องกันในส่วนของรายได้ พบกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท อันเนื่องมาจากพื้นในการเก็บตัวอย่างแตกต่างกัน ระหว่างจังหวัดเชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร

2. ผู้บริโภคใช้อะไร

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการใช้และต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าประเภทของถุงผ้าที่ใช้ประจำคือ ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง) รองลงมาถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาร์เก็ต (ขนาดใหญ่) โดยถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ได้รับแจกมา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิโลบล ตรีเสน่ห์จิต (2553) ที่พบว่าใช้ถุงผ้าใส่ของใช้ส่วนตัว

3. ทำไมผู้บริโภคจึงใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมเพราะข้อดีของถุงผ้าที่สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส รองลงมาช่วยลดปัญหาโลกร้อน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิโลบล ตรีเสน่ห์จิต (2553) ที่พบว่าเหตุผลในการใช้ถุงผ้าเพราะสะดวกต่อการใช้งาน และตื่นตัวต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและมีความตื่นตัวเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิโลบล ตรีเสน่ห์จิต (2553) ที่พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลคือตนเอง

5. ผู้บริโภคใช้เมื่อใด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ความถี่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือทุกวัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิโลบล ตรีเสน่ห์จิต (2553) ที่พบว่าความถี่ในการใช้ถุงผ้าไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับกิจกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิต อันอาจเนื่องมาจากปัจจุบันถุงผ้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้มาจากการแจกเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าบ่อยขึ้น

6. ผู้บริโภคใช้ที่ไหน

จากการศึกษาพบว่าสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงานมาทำงาน รองลงมาใช้ใส่หนังสือเรียน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิโลบล ตรีเสน่ห์จิต (2553) ที่พบว่าการใช้ถุงผ้ามักใช้ใส่ของใช้ส่วนตัว ในบางโอกาส อันเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ถุงผ้าใส่เอกสารมาทำงานทุกวัน แยกต่างหากจากกระเป๋าที่ใช้ใส่ของใช้ส่วนตัวจึงทำให้ต้องใช้ถุงผ้าติดตัวมาทุกวัน

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง โดยแหล่งที่เลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ถนนคนเดิน การทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือเดินไปเจอแล้วซื้อ โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท และมีความถี่ในการซื้อ 6 เดือนครั้ง ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้านานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิโลบล ตรีเสน่ห์จิต (2553) ที่พบว่าความถี่ในการซื้อในรอบปีเท่ากับ 2 ครั้ง แต่ไม่สอดคล้องกันในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการซื้อที่ซื้อต่อปีเท่ากับ 242 บาท และไม่สอดคล้องกันในเรื่องแหล่งการรับรู้ข่าวสารที่พบว่ารับรู้จากโทรทัศน์ อันเนื่องมาจากปัจจุบันได้มีการโฆษณา รณรงค์ให้ลดการใช้ถุงพลาสติกผ่านทางองค์กร หน่วยงานของรัฐ และเอกชนอย่างมาก ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารได้ง่ายและทั่วถึง อีกทั้งปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้ถุงผ้าที่ได้รับแจกมา ทำให้ระดับราคาในการเลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่ที่ระดับราคาไม่เกิน 100 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัฑณ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกษมณี ยานะโส (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการบริการ และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัฑณ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับมากลำดับแรกคือ ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกษมณี ยานะโส (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ รูปแบบที่สวยงามและทันสมัย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกษมณี ยานะโส (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากลำดับแรก คือ มีการลดราคา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับมากลำดับแรกคือ คือสินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเกษมณี ยานะโส (2552) โดยให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากลำดับแรกคือ มีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ หาซื้อได้ง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับมากลำดับแรกคือ มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกษมณี ยานะโส (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากลำดับแรกคือ กลยุทธ์การลดราคา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.3 ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม มีข้อค้นพบดังนี้

1. ส่วนใหญ่เห็นว่าข้อดีของการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม คือสะดวกในการใช้งานพกพาติดตัวได้พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส ช่วยลดปัญหาโลกร้อน ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่าถุงพลาสติก

2. ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เลือกใช้ส่วนใหญ่ได้รับจากการแจก นอกจากการได้รับแจกถุงผ้าแล้ว ยังพบว่าการเลือกใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน ซึ่งเห็นได้ว่าการใช้ถุงผ้าไม่ใช่เป็นเพียงแค่แฟชั่น หรือใช้ตามกระแสนิยมเท่านั้น การที่ผู้ใช้รับรู้และตระหนักถึง

ปัญหาของสภาวะโลกร้อนในปัจจุบันยังส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าและลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติก

3. ส่วนใหญ่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง มีเพียงร้อยละ 32.0 เท่านั้นที่ไม่เคยซื้อถุงผ้าใช้เอง โดยสถานที่เลือกซื้อส่วนใหญ่ คือถนนคนเดิน รองลงมาคือตลาดนัดกลางคืน ซึ่งเป็นแหล่งรวมของผู้ซื้อและผู้ขาย หลากหลายประเภท ทำให้ผู้ซื้อมีโอกาสเลือกซื้อถุงผ้าได้หลากหลายแบบ ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ โดยส่วนใหญ่พบว่าการตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้น ณ จุดขาย คือเดินไปเจอแล้วซื้อมากกว่าการแสวงหาข้อมูลก่อนซื้อ

4. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับจากปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก คือ อันดับที่ 1 ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก อันดับที่ 2 ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันกับ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นปัจจัยด้านราคา อันดับที่ 3 มีหลายระดับราคาให้เลือก เป็นปัจจัยด้านราคา อันดับที่ 4 ความคงทนของผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 5 ความปลอดภัยในการใช้งาน อันดับที่ 6 มีให้เลือกหลายขนาด อันดับ 7 มีหลายรูปแบบการดีไซน์การตกแต่งลวดลายให้เลือก เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 8 ราคาถูก อันดับที่ 9 มีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน เป็นปัจจัยด้านราคา อันดับที่ 10 มีความสวยงามของผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้ทราบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับ โดยส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

5. ผู้บริโภคได้ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนในระดับเห็นด้วย ทั้งความคิดเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลและพฤติกรรมขององค์กร โดยประเด็นความเห็นทางด้านสิ่งแวดล้อมจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคได้ตระหนักว่าสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันได้ถูกทำลายอย่างรุนแรง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในอนาคตและได้ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมขององค์กรมีความเห็นด้วย ในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมว่าควรจะมีโครงการเพื่อการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน และลดมลพิษต่าง ๆ ที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรม

6.สำหรับความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านเศรษฐกิจพบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นด้วยว่าควรหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมที่เป็นโทษต่อร่างกายมากเกินไป อีกทั้งยังให้คำวามสำคัญต่อสุขภาพ ในการเลือกบริโภค/อุปโภคผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไม่ควรมีสารเคมีที่เป็นโทษต่อร่างกาย ในส่วนด้านสังคม ผู้บริโภคมีความเห็นด้วยให้สนับสนุนผู้ผลิตในประเทศโดยการเลือกซื้อและให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น จึงเป็นผลให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมขององค์กรด้านสังคมและเศรษฐกิจ ที่มีความเห็นด้วยว่า บริษัทต่าง ๆ ควรใช้พลังงานทดแทนที่มีอยู่ในชุมชน ใช้ความร่วมมือกันในแหล่งชุมชนเพื่อก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีการพึ่งพากันระหว่างกลุ่มชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

7. **ข้อค้นพบด้านแนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเห็นด้วยกับพฤติกรรมด้านเศรษฐกิจสังคมในแง่บริษัทต่างๆ ควรใช้พลังงานทดแทนในชุมชน มีนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และจ้างงานจากชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อมเช่น โครงการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน รีไซเคิลและลดมลพิษ ด้านบุคคลกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มนุษย์กำลังทำลายสิ่งแวดล้อมอย่างที่มีจำกัด และตัวเอง ควรมีส่วนลดโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม**

5.4 ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบธุรกิจถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ควรนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมาปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ดังต่อไปนี้b

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมากด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพมาเป็นลำดับแรก แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่ใช่เพียงแค่ใช้ถุงผ้าที่ได้รับแจกมาเท่านั้น แต่ยังได้ให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพ ความคุ้มค่าที่ได้รับจากการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีที่สะท้อนถึงการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อนของตัวผู้ใช้ถุงผ้าเอง ซึ่งโดยส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้อถุงผ้าต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ดังนั้นการกำหนดราคา ควรคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ

จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแบ่งได้เป็นสองกลุ่ม กลุ่มแรกคือกลุ่มที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทจะให้ความสำคัญกับราคาที่มีหลายระดับราคาให้เลือกเป็นหลัก กลุ่มที่สองคือกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 ขึ้นไป จะให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ จากการศึกษาพบว่าราคาส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อถุงผ้าอยู่ที่ระดับราคาไม่เกิน 100 บาท แต่เนื่องจากกลุ่มที่สองให้ความสำคัญในด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ หากผู้ผลิตถุงผ้าปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้คงทน มีรูปแบบที่เหมาะสมกับการใช้งาน เพิ่มคุณค่าของตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับถุงผ้ากลุ่มนี้จะมีความเป็นไปได้ที่จะเลือกซื้อถุงผ้าในราคาที่เพิ่มสูงขึ้นตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญกับการใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติกมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน และความคงทนของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งปัญหาที่พบจากผู้ใช้ถุงผ้าส่วนใหญ่พบว่า หูหิ้วขาดง่าย ไม่แข็งแรง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจถุงผ้าควรพิจารณาและให้ความสำคัญในด้านการผลิต เริ่มตั้งแต่การเลือกคุณภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ของเนื้อผ้า การตัดเย็บ รูปทรงของถุงผ้าที่จะผลิตออกมาให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด ซึ่งพฤติกรรมของผู้ใช้ถุงผ้าส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญข้อดีของการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้ พร้อมใช้ได้ทุกโอกาส และส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ถุงผ้าทุกวัน เพื่อใส่เอกสารหรือของใช้ส่วนตัว ดังนั้นขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรมีการออกแบบถุงผ้าในลักษณะที่พับเก็บได้ง่าย หรือพกติดตัวสะดวกในการนำออกมาใช้เพื่อตอบสนองกับพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าระดับที่มีผลต่อการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับแรกคือ สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป รองลงมือคือ สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ ซึ่งส่วนใหญ่สถานที่ในการเลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมคือ ถนนคนเดิน รองลงมาคือ ตลาดนัดกลางคืน จะสังเกตได้ว่า ถนนคนเดิน และตลาดนัดกลางคืนในตัวเมืองเชียงใหม่มีมากมายหลายแห่ง ตั้งแต่วันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ สามารถหาซื้อได้ง่าย ผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญกับสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกต่อการซื้อ หาซื้อได้ง่าย กระจายการจำหน่ายให้ทั่วถึงและครอบคลุมให้ได้มากที่สุด โดยวางสินค้าจำหน่ายไปยังร้านค้าต่าง ๆ ในรูปแบบฝากขาย หรือขายส่ง รวมถึงสามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าระดับที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก อันดับแรก คือมีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่าง ๆ ซึ่งการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อ ณ จุดขาย ไม่ได้มีการหาข้อมูลมาก่อน เดินไปเจอถูกใจแล้วซื้อ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาด ณ จุดขายจึงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจถุงผ้า กระตุ้นให้เกิดการซื้อโดยนำเสนอในเรื่องคุณค่า ประโยชน์จากการใช้ถุงผ้า บอกถึงเรื่องราวความเป็นมาของถุงผ้าลดโลกร้อน (Storytelling) สื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกภูมิใจ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวเอง ในการมีส่วนร่วมรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้ประกอบธุรกิจถุงผ้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเห็นด้วยต่อแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน ทั้งความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลและพฤติกรรมขององค์กร มีความเห็นด้วยถึงสภาพสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันอันเกิดจากฝีมือของมนุษย์ ซึ่งได้รับผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต และยังส่งผลเป็นวงกว้างต่อตัวผู้บริโภคเอง และต่อสังคม ดังนั้นการบริโภคอย่างยั่งยืนควรจะได้รับความร่วมมือทั้งสองฝ่ายคือทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคต้องให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน ควรให้ความร่วมมือลดการใช้สารเคมีลดมลพิษต่าง ๆ ร่วมมือกันอนุรักษ์พลังงาน หันมาใช้พลังงานทดแทนในชุมชน

สำหรับผู้บริโภคผู้ผลิตควรมีสินค้าแบบให้ตรงกับความต้องการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นการใช้ซ้ำ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยรักษาฐานทรัพยากรให้สามารถใช้อย่างต่อเนื่องไปจนถึงคนรุ่นต่อ ๆ ไปในอนาคต

สำหรับผู้ผลิตหรือบริษัทต่างๆ ควรสนับสนุนการจ้างงานในชุมชนซึ่งจะช่วยทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญในเรื่องพลังงานทนแทนโดยมีการพึ่งพาและใช้แหล่งพลังงานทดแทน หรือทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์ เพื่อเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตให้กับองค์กร เมื่อมีการร่วมมือและสนับสนุนการกระจายรายได้ให้ชุมชน ย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และหากมีการสนับสนุนการจ้างงานในชุมชนอย่างต่อเนื่องแล้วย่อมจะเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อตัวธุรกิจต่อไปในอนาคต

ในส่วนภาครัฐ ควรมีการสนับสนุนให้ผู้บริโภคภายในประเทศให้หันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการจัดงานแสดงสินค้าท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาค หรือการออกร้านของร้านค้าชุมชนเพื่อให้เกิดการซื้อขาย ส่งเสริมและผลักดันผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันในส่วนของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และรวมถึงประชาสัมพันธ์ถึงผลกระทบที่เกิดจากการทำลายสิ่งแวดล้อม และข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดสารเคมี กระตุ้นให้คนตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมมือกันรักษาพลังงานที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อให้ใช้กันอย่างพอเหมาะ พอดี สร้างความยั่งยืนของทรัพยากรในปัจจุบันนำไปสู่ความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2556. “10 อันดับจังหวัดท่องเที่ยว”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: http://thai.tourismthailand.org (28 กุมภาพันธ์ 2557).

กุณฑลี รื่นรมย์. 2551. **การวิจัยตลาด**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกษมณี ยานะโส. 2552. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิโลบล ตรีเสน่ห์จิต. 2553. **แรงจูงใจ และทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อถุงผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

รวิวรรณ โอฬารรัตน์มณีและคณะ. 2547. **ถนนคนเดินในเขตเมืองเชียงใหม่.** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ปริญญ์ และอรรคเจตต์. 2550. รวมบทความการออกแบบเชิงนิเวศน์เศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ECO-Design Consultant.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 10. ประโยชน์ของถุงผ้า. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา : http://www.oknation.net/blog/print.php?id=372502 (1 เมษายน 2557) .

หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. 2555. ร่วมใจใช้ถุงผ้า ลดปัญหาพลังงาน ฝ่าวิกฤติโลกร้อน.

ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. 2556. ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อผู้บริโภคสีเขียว. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: http://www.ksmestartup.com/FileUpload/Web Content Download/ (1 มีนาคม 2557).

ศิริกุล มูลโรจน์. 2552. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. 2550. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การบริโภคที่ยั่งยืน. [ซีดี-รอม]. กรุงเทพฯ: สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย.

สันทนา อมรไชย. 2554. **วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรมวิทยาศาสตร์.

Marketeer. 2008. **Green Marketing Manifesto**.[online]. http://www.marketeer.co.th /inside _detail.php?inside_id=6198 (08/05/2008).

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

<u>เรื่อง</u> พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ เพื่อใช้ประกอบการศึกษาหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

นางสาวปาริฉัตร ชมภูรัตน์

ผู้ศึกษา

<u>คำชี้แจง</u>

<u>โดยมีข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วน</u>

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ถุงผ้าลดโลกร้อน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจ้ง โปรดทำเครื่องหมาย √ ในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. อายุ

( ) 1.ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 2. 20-29 ปี

( ) 3. 30-39 ปี ( ) 4. 40-49 ปี

( ) 5. 50-59 ปี ( ) 6. 60 ปี ขึ้นไป

2. ระดับการศึกษา

( ) 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ( )2. มัธยมตอนปลาย/ปวช.

( ) 3. อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า ( ) 4. ปริญญาตรี

( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

3. อาชีพ

( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา ( ) 2. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

( ) 3. พนักงานบริษัทเอกชน ( ) 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

( ) 5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน ( ) 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้ต่อเดือนของท่าน (รายได้ประจำ และรายได้เสริม)

( ) 1. ไม่เกิน 15,000 บาท ( ) 2. 15,001-25,000 บาท

( ) 3. 25,001-35,000 บาท ( ) 4. 35,001-45,000 บาท

( ) 5. 45,001-55,000 บาท ( ) 6. 55,001 บาทขึ้นไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย √ ในช่อง ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

1. ในการเลือกใช้ถุงผ้าท่านให้ความสำคัญกับประเด็นต่อไปนี้อย่างไร

ข้อดีของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ซักทำความสะอาดได้ง่าย					
2. ย่อยสลายได้ไม่ตกค้างจนเป็นปัญหาในสิ่งแวดล้อม					
3. นุ่มสบายมือน่าใช้และไม่ก่อให้เกิดการกดทับอย่างรุนแรงต่อฝ่ามือเท่าถุงพลาสติก					
4. สามารถตกแต่งได้ตามสไตล์ที่ชอบ					
5. ทนทานและใช้ซ้ำได้มากครั้งกว่าถุงพลาสติก					
6. ช่วยลดปัญหาโลกร้อน					
7. สะดวกในการใช้งาน พกพาติดตัวได้พร้อมใช้งานได้ทุกโอกาส					
8. ถุงผ้าดิบจะช่วยลดการเกิดและการปนเปื้อนของสารประกอบไดอ๊อกซินที่เป็นสารก่อมะเร็งที่มีอันตรายต่อชีวิต					
9. ราคาถูก					
10. ได้มาจากการแจกฟรี					

2. ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ท่านเลือกใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( )1. เป็นสินค้าทันสมัยเป็นที่นิยม ( )2. ได้รับแจกมา

( )3. มีความสะดวกในการใช้ ( )4. มีรูปแบบสวยงามถูกใจ

( )5. มีลวดลายสีสันถูกใจ ( )6. เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก

( )7. เพื่อสะสมแต้มคะแนนจากทางห้างสรรพสินค้า

( )8. เพื่อต้องการมีส่วนร่วมช่วยลดโลกร้อน

( )9. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. ประเภทของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ท่านเคยใช้เป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( )1. ถุงผ้าสำหรับใส่เครื่องสำอางค์/กระเป๋าสตางค์/โทรศัพท์มือถือ (ขนาดเล็ก)

( )2. ถุงผ้าสำหรับใส่เอกสาร/หนังสือ (ขนาดกลาง)

( )3. ถุงผ้าสำหรับใส่ของส่วนตัว/ไปจ่ายตลาด/ซุปเปอร์มาเก็ต (ขนาดใหญ่)

4.ท่านใช้ถุงผ้าในโอกาสใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( )1. ใช้จ่ายตลาด

( ) 2. ใช้แทนกระเป๋าถือส่วนตัว

( )3. ใช้ใส่หนังสือเรียน

( )4. ใช้ใส่เอกสาร/แฟ้มงาน

( )5. ใช้ใส่ของในซุปเปอร์มาร์เก็ต

( )6. ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น /ร้านมินิมาร์ททั่วไป

( )7. อื่นๆ ระบุ.....

5. ใครมีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( )1. ตัดสินใจด้วยตนเอง ( )2. แฟน

( )3. ครอบครัว ( )4. เพื่อน

( )5. ที่ทำงานรณรงค์ให้ใช้ ( )6. อิทธิพลสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ/โทรศัทน์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6. ความถี่ในการใช้ใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

( )1. ทุกวัน ( )2. วันเว้นวัน

( )3. สัปดาห์ละครั้ง ( )4. เดือนละครั้ง

( )5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ท่านใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมจำนวนกี่ถุงในปัจจุบัน

( )1. 1 ถุง ( )2. 2 ถุง

( )3. 3 ถุง ( )4. 4 ถุง

( )5. 5 ถุงขึ้นไป

8. ท่านเคยซื้อถุงผ้าใช้เองหรือไม่

( )1. เคย ( )2. ไม่เคย (ไม่ต้องตอบข้อ 9-12)

9. ท่านเคยซื้อถุงผ้าเมื่อใด

( )1. ภายใน 2-3 วันที่ผ่านมา ( )2. 1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา

( )3. 3-4 สัปดาห์ที่ผ่านมา ( )4. นานกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา

10. ความถี่ในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

( )1. เดือนละครั้ง ( )2. 3 เดือนครั้ง

( )3. 6 เดือนครั้ง ( )4. นานกว่า 6 เดือน

( )5. ไม่เคยซื้อใช้เอง

11. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมาใช้

( ) 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ( ) 2. 101-200 บาท

( ) 3. 201-300 บาท ( ) 4. 301-400 บาท

( ) 5. 401 บาทขึ้นไป

12. สถานที่ที่ท่านเลือกซื้อถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

( ) 1. ตลาดนัดกลางคืน ( ) 2. ห้างสรรพสินค้า

( ) 3. ร้านขายหนังสือ ( ) 4. ซุปเปอร์มาร์เก็ต

( ) 5. ถนนคนเดิน ( ) 6. อื่นๆ ระบุ.....

13. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม จากแหล่งไหนบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. คนรู้จัก/เพื่อน ( ) 2. คนในครอบครัว ( ) 3. คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย

( ) 4. อินเทอร์เน็ต ( ) 5. วิทยุ ( ) 6. การออกงานแสดงสินค้า

( ) 7. เดินไปเจอแล้วซื้อ ( ) 8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ต้องการตอบ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย โดยให้ 5 = มีความสำคัญมากที่สุด และ 1 = มีความสำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ไม่ใช่ปัจจัยในการใช้	ระดับที่มีผล				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						
1. แนวคิดในการออกแบบเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม						
2. ความคงทนของผลิตภัณฑ์						
3. ความปลอดภัยในการใช้งาน						
4. ความสวยงามของผลิตภัณฑ์						
5. มีให้เลือกหลายขนาด						
6. มีหลายรูปแบบการดีไซน์ การตกแต่งลวดลายให้เลือก						
7. ใช้งานได้ดีกว่าถุงพลาสติก						
8.ความเหมาะสมของขนาดกับการใช้งาน						
ปัจจัยด้านราคา						
1. ราคาถูก						
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ						
3. มีป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน						
4. มีหลายระดับราคาให้เลือก						
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย						
1. สินค้ามีวางจำหน่ายร้านทั่วไป						
2. จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ห้างซุปเปอร์มาร์เก็ต						
3. สามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้						
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด						
1. มีการโฆษณาเพื่อสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆ						
2. มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก						
3. มีของแถม						
4. มีการจัดส่งสินค้าถึงที่เมื่อซื้อจำนวนมาก						

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่เคยพบจากการใช้ถุงผ้า

……

……

……

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ถุงผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

……

……

……

<u>ส่วนที่ 5</u> ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน
<u>(คำถามนี้เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืนในลักษณะทั่ว ๆ ไป)</u>

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ต้องการตอบ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย โดยให้ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

<u>การบริโภคอย่างยั่งยืน</u> หมายถึง การบริโภคทรัพยากรที่มีอยู่อย่างพอดี พอเหมาะ ตามความจำเป็นพื้นฐาน คำนึงถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยรักษาฐานทรัพยากรให้สามารถใช้อย่างต่อเนื่องไปจนถึงคนรุ่นอนาคต

ความเห็นต่อแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม					
1) มนุษย์กำลังทำลายสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง					
2) ความสมดุลของธรรมชาติสามารถทนต่อผลกระทบจากประเทศอุตสาหกรรมใหม่ต่าง ๆ ได้					
3) มนุษยชาติกำลังเผชิญหน้ากับวิกฤตระบบนิเวศน์ที่กำลังขยายขอบเขตเป็นอย่างมาก					
4) โลกเปรียบเสมือนกับยานอวกาศที่มีพื้นที่และทรัพยากรอันจำกัดมาก ๆ					
5) ถ้าสิ่งต่าง ๆ ยังคงดำเนินไปตามรูปแบบที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เราทุกคนจะประสบกับความ					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความเห็นต่อแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
หายนะทางสิ่งแวดล้อมครั้งใหญ่ในอนาคต					
6) ผลิตภัณฑ์ที่ฉันเลือกใช้ในชีวิตประจำวันจำเป็นต้องถูกผลิตขึ้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
7) ผลิตภัณฑ์ที่ฉันเลือกใช้ในชีวิตประจำวันจำเป็นต้องถูกผลิตขึ้นด้วยวิธีที่ไม่ส่งผลต่อการเสียสมดุลของสิ่งแวดล้อม					
8) ผลิตภัณฑ์ที่ฉันเลือกใช้ในชีวิตประจำวันจำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์ด้วยวิธีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
ความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านเศรษฐกิจ					
9) เมื่อฉันทำการซื้อ ฉันจะซื้อสินค้าที่มีรสนิยม					
10) เมื่อฉันจะซื้อผลิตภัณฑ์ ฉันมักถูกชักนำโดยสิ่งที่ฉันชอบ					
11) ผู้คนควรบริโภค/อุปโภคในสิ่งที่เขาชอบถึงแม้ว่าสิ่งนั้นจะไม่ดีต่อสุขภาพ					
12) เมื่อฉันทำการซื้อ ฉันจะเลือกด้วยรสนิยมของฉัน					
13) ฉันให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ ว่าต้องไม่มีสารเคมี					
14) ฉันหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมเป็นโทษต่อร่างกายมากเกินไป					
15) เมื่อฉันทำการซื้อ ฉันให้ความสนใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีสารที่ไม่ดีต่อสุขภาพอยู่หรือไม่					
16) เรื่องสุขภาพมีบทบาทสำคัญต่อฉันเมื่อฉันบริโภค/อุปโภคผลิตภัณฑ์					
ความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสังคม					
17) ความสามัคคีในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนามีความสำคัญกับฉัน					
18) ฉันจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หากฉันไม่					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความเห็นต่อแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
แน่ใจว่าผู้ผลิตและคนงานได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม					
19) เมื่อฉันซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ฉันให้ความสนใจกับฉลากที่แสดงถึงการค้าที่เป็นธรรม					
20) ฉันประสงค์ที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้นเพื่อสนับสนุนผู้ผลิตรายย่อยจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา					
21) มีความสำคัญสำหรับฉันที่จะสนับสนุนผู้ผลิตในท้องถิ่น เมื่อฉันซื้อสินค้า					
22) เป็นสิ่งที่ดีในการสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศโดยการซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น					
23) ผู้บริโภคควรแสดงออกถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันกับผู้ผลิตในท้องถิ่น					
24) ไม่มีความสำคัญสำหรับฉันว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือไม่					
ความเห็นต่อพฤติกรรมขององค์กรในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม					
25) บริษัทต่างๆ ควรพยายามทุกวิถีทางเพื่อลดมลพิษอันเกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมของตนเอง					
26) หากเป็นไปได้ บริษัทต่างๆ ควรใช้วัสดุรีไซเคิลในการผลิตสินค้าของตนเอง					
27) บริษัทต่างๆ ควรมีโครงการเพื่อการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน					
ความเห็นต่อพฤติกรรมองค์กรในประเด็นด้านสังคมและเศรษฐกิจ					
28) บริษัทต่างๆ ควรพยายามทุกวิถีทางเพื่อสนับสนุนการจ้างงานจากชุมชนต่าง ๆ ที่ต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมของบริษัทตนเอง					
29) บริษัทต่างๆ ควรใช้โครงการพึ่งพาแหล่งพลังงานทดแทนที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อลดต้นทุนการผลิต					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความเห็นต่อแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
30) บริษัทต่างๆ ควรมีโครงการความร่วมมือกับแหล่งชุมชนเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวปาริฉัตร ชมภูรัตน์

วัน เดือน ปี เกิด 5 กรกฎาคม 2526

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบัญชี
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
วิทยาเขตภาคพายัพ ปีการศึกษา 2548

ประวัติการทำงาน พ.ศ. 2553-ปัจจุบัน ประกอบธุรกิจส่วนตัว
พ.ศ. 2549-2553 มูลนิธิพัฒนาเยาวชนเอเชีย
พ.ศ. 2548-2549 บริษัท ไทยซาคาเอะเลซ จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved