

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ต่อการใช้ภาชนะบรรจุจากชานอ้อยทดแทนการใช้โฟมและพลาสติก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยมีแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการประกอบการศึกษาคือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก
3. แนวคิดเกี่ยวกับภาชนะบรรจุจากชานอ้อย
4. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยแต่ละแนวคิดทฤษฎีมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

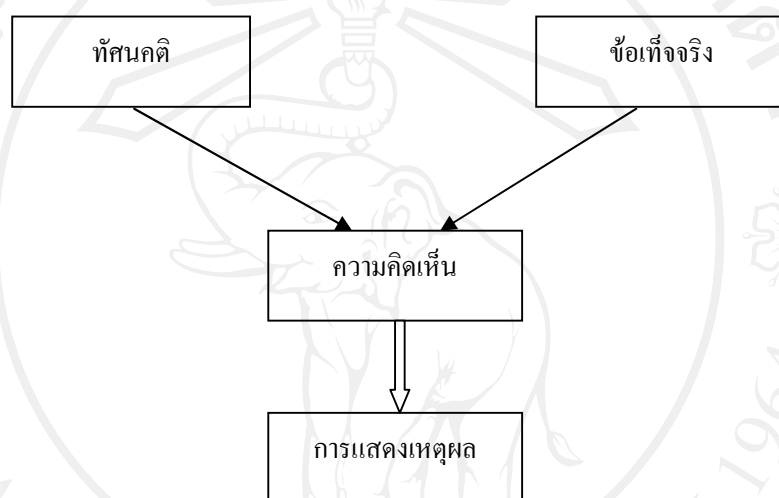
ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็นเป็นเรื่องของส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่มีขอบเขตตามประสบการณ์ของบุคคลต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งมีข้อแตกต่างๆ คล้ายคลึงหรือความหลากหลายของแต่ละบุคคลทำให้เกิดความขัดแย้ง เห็นด้วย คล้อยตาม ซึ่งเป็นพฤติกรรมปกติของสังคม

วรุฒิ (2540) อ่างใน วิธาน (2541) ได้กล่าวว่า ความคิดเห็น คือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะ ซึ่งอาจแสดงออกมาด้วยพูด การปฏิบัติหรือการเขียน การแสดงออกของความคิดเห็นจะเกี่ยวกับทัศนคติ ค่านิยม การศึกษา ประสบการณ์ สภาพแวดล้อมและพฤติกรรมระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นเรื่องช่วยในการพิจารณาและประเมินค่า ก่อนที่จะตัดสินใจแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ ซึ่งความคิดเห็นอาจเป็นที่ยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่น ๆ ก็ได้

รุ่ง ศรีโพธิ์ (2541) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นเรื่องของความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งแสดงออกด้วย การพูด การเขียน การปฏิบัติ ถือได้ว่าเป็นการแสดงออกทางทัศนคติ โดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และพร้อมที่จะปฏิบัติกริยาต่อสถานการณ์ภายนอก ซึ่งความคิดเห็นของบุคคลเกี่ยวกับพื้นความรู้ ประสบการณ์การทำงาน การติดต่อระหว่างบุคคลนั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้บุคคล และกลุ่มมีความคิดเห็นไปทางทิศทางใดทิศทางหนึ่งเป็นรากฐาน

ก่อให้เกิดความคิดเห็นต่อสิ่งนั้นๆ ในการลงความเห็นที่เกิดจากข้อเท็จจริงซึ่งแต่ละอย่างอาจมองไปถึงความเชื่อการตัดสินใจ ความรู้สึกประทับใจที่ไม่ได้มาจากการพิสูจน์หรือชั่งน้ำหนักว่าถูกต้องภายในจิตใต้สำนึกของคน และสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนในการกระทำ และการแสดงออกในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกซึ่งจิตวิญญาณที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะความคิดเห็นของบุคคลเปลี่ยนไปตามข้อเท็จจริง และทัศนคติของบุคคลในขณะที่ทัศนคติแสดงถึงความรู้สึกทั่วไป เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งความคิดเห็นจะเป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจอาจสรุปความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ ดังนี้



รูปที่ 1 ที่มาของการเกิดความคิดเห็น

จากความหมายของความคิดเห็นของบุคคลต่างๆ พอสรุปได้ว่าความคิดเห็นมีความหมายใกล้เคียงกับทัศนคติมากไม่สามารถแยกออกจากกันได้ คือเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในการแสดงออกด้วยการพูดหรือ การเขียนที่มีลักษณะเป็นการลงมติหรือตีความ ซึ่งอาจเป็นลักษณะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ความคิดเห็นอาจไม่ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ ก็ได้

ประเภทของความคิดเห็น

สัตยา กระแสชล (2538) กล่าวว่า ความคิดเห็นสามารถจำแนกได้ 2 ประการ คือ

1. ประสบการณ์ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ ทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนหลง ทิศทางลบสุด ได้แก่ ความรังเกียจ ความคิดเห็นประการนี้รุนแรงและเปลี่ยนแปลงยาก

2. ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ เป็นความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งนั้นเช่น ความรู้ ความเข้าใจในทางที่ดีคือ ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย ความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

การวัดความคิดเห็น

การวัดความคิดเห็นของบุคคลว่าสามารถทำได้หลายวิธี วิธีที่ใช้กันโดยทั่วไป คือ การตอบแบบสอบถาม วิธีที่ง่ายที่สุดในการที่จะบอกถึงความคิดเห็นก็คือ การแสดงให้เห็นถึงร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความเพราะจะทำให้ทราบว่าความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะเช่นไร การที่จะให้ใครก็ตามออกความคิดเห็นควรถามต่อหน้า (Face to Face) ถ้าจะใช้แบบสอบถามสำหรับวัดความคิดเห็นจะต้องระบุให้ผู้ตอบตอบว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อความที่กำหนดให้หรือสามารถวัดได้ในระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยมาก

สรุป

จากแนวคิดความคิดเห็นข้างต้น ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรือความเชื่อที่แท้จริงภายใน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้สึก ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมขณะนั้นเป็นพื้นฐานในการแสดงความคิดเห็นทั้งในทางที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย อาจเป็นคำพูดหรือการเขียนก็ได้ อาจถูกต้องหรือไม่ก็ได้และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก

ความตระหนัก

Wolman (1973 อ้างใน นฤมล แก่อินทร์, 2542) กล่าวว่า ความตระหนัก เป็นภาวะที่บุคคลเข้าใจ หรือสำนึกถึงบางสิ่ง บางอย่างของเหตุการณ์ ประสบการณ์ หรือวัตถุสิ่งของได้

ชูศักดิ์ วิทยาภัก (2537) กล่าวว่า ความตระหนัก หมายถึง การกระทำที่แสดงว่า มีการรับรู้ มีความรู้ ความสำนึก เป็นภาวะที่บุคคลเข้าใจเหตุการณ์ หรือวัตถุสิ่งของได้

Krathwohl (1969 อ้างใน กัญญาวิวี ศรีบุรี, 2546) ให้ความหมายว่า ความตระหนักเกือบจะเหมือนกับพฤติกรรมด้านความจำ คือ เป็นความรับผิดชอบของบุคคล ที่สำนึกถึงสิ่งต่างๆ ในสถานการณ์หรือปรากฏการณ์ที่เขาอยู่ อาจกล่าวได้ว่าความรู้เป็นสิ่งที่เกิดจากข้อเท็จจริง ประสบการณ์ การสัมผัส และการใช้จิตไตร่ตรอง คิดหาเหตุผล ในขณะที่ความตระหนักเป็นเรื่องของโอกาส การได้รับสัมผัสจากสิ่งเร้า หรือสิ่งแวดล้อมโดยไม่ตั้งใจ

ความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม

อินทอง สังขา (2542) กล่าวว่า ความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความรู้สึก และการแสดงออกของประชาชนต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในชุมชนซึ่งเป็นการกระทำกิจกรรมต่างๆ ทางด้านที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

ภาคภูมิ สดาสุรัตน์ (2543) กล่าวว่า ความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม หมายถึง การที่บุคคลได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น และเข้าใจ มีความคิดสำนึก รับผิดชอบ ตลอดจนการที่ต้องการจะกระทำการอย่างใดอยู่หนึ่งต่อปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อความอยู่รอดของสังคมและสิ่งแวดล้อม

Grob (1995) กล่าวว่า ความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม คือ ความรู้ในข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และความสำนึกถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยยิ่งบุคคลมีระดับความรู้ และความสำนึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมมาก บุคคลจะยิ่งแสดงพฤติกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามลำดับ

ปัญหาสิ่งแวดล้อมจากขยะโฟมและพลาสติก

พลาสติกมีประโยชน์มหาศาลต่อชีวิตประจำวันของผู้คนในทุกวันนี้แต่ขณะเดียวกันพิษภัยของพลาสติกที่มีต่อสิ่งแวดล้อมจัดอยู่ในขั้นร้ายแรง นับตั้งแต่ขบวนการผลิตไปจนถึงการกลายเป็นขยะและมีพิษ โดยตรงต่อสุขภาพมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งพวกเศษพลาสติกต่าง ๆ และโฟมที่ปนเปื้อนด้วยของเสียประเภทอื่น ที่เป็นอันตรายและมีเชื้อโรคจะทวีความรุนแรงต่อสภาวะแวดล้อมยิ่งขึ้น

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (2547) ได้กล่าวถึงขยะประเภทพลาสติกและโฟมไว้ว่า หากมีขยะสองประเภทนี้เคลื่อนกลาดอยู่ทั่วชุมชนริมคลอง บ้านเมือง ถนน วัด โบราณสถาน อุทยานแห่งชาติ ฯลฯ ก่อให้เกิดมลพิษทางสายตา อันเป็นสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมไร้สุนทรียภาพอย่างสิ้นเชิง เมื่อมีการทิ้งขยะจำพวกพลาสติกและโฟมอย่างกระจัดกระจายไม่เป็นระเบียบ ด้วยคุณสมบัติที่มีความหนาแน่นใกล้เคียงกับน้ำ ก็จะปลิวไปตามกระแสลม หรือไหลตามกระแสน้ำลงสู่ที่ต่ำไปสกปรกคั่งในน้ำไหลไม่สะดวก อุดตันท่อระบายน้ำและทางน้ำไหลเกิดเป็นน้ำท่วมขัง กลายเป็นแหล่งน้ำสกปรกเน่าเสีย แต่ถ้าจะอาศัยวิธีการกำจัดด้วยการเผาแล้ว ก็จะเกิดเป็นมลพิษต่อสภาพแวดล้อมไม่น้อยไปกว่ากัน เพราะการเผาในที่โล่งและอุณหภูมิไม่สูงพอจะก่อให้เกิดสารไดออกซิน ซึ่งเป็นตัวการที่ทำให้เกิดโรคมะเร็ง อีกแนวทางหนึ่งในการกำจัดขยะประเภทนี้คือ การฝังกลบหรือการทำปุ๋ยอินทรีย์ ก็จะทำได้ปุ๋ยอินทรีย์ที่มีเศษมูลฝอยของพลาสติกปนเปื้อน หรือแทรกอยู่ตามชั้นดิน เพราะพลาสติกและโฟมสามารถทนต่อแรงอัดได้สูงจึงต้องใช้พื้นที่ในการฝังกลบมากกว่าขยะประเภทอื่น 3 เท่า

อันตรายจากโฟมและพลาสติกต่อผู้บริโภค

ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (2547) รายงานถึง การใช้พลาสติกในชีวิตประจำวันไว้ว่า โฟมและพลาสติกเป็นวัสดุที่ดูคล้ายว่าถูกสุขอนามัย สะอาด ปราศจากเชื้อโรคแต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีอันตรายใด ๆ แฝงอยู่ด้วยเลย อันตรายที่ใกล้ตัวที่สุดเมื่อนำพลาสติกไปใช้อย่างไม่เหมาะสม หรือผิดวิธี ทำให้พิษของพลาสติกติดมากับอาหารหรือเครื่องดื่ม ในรูปของสารเคมีตกค้าง อันเนื่องมาจากกระบวนการผลิต พิษจากเม็ดพลาสติกเก่า พิษจากขูดพลาสติก หรือพิษที่มาจากความร้อน เพราะในกระบวนการผลิตพลาสติกจำเป็นต้องมีการใส่สารเติมแต่งเพื่อปรับให้พลาสติกมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการผลิต โดยปกติจะใช้สารเติมแต่งเพียง 0.1-1.0% โดยน้ำหนัก สารเคมีเหล่านี้จะแทรกอยู่ในเนื้อพลาสติก เมื่อถูกความร้อนจนหลอมเหลวหรือสัมผัสตัวกลางที่เหมาะสม เช่น น้ำมัน หรืออาหารรสเปรี้ยวจัด สารเหล่านี้อาจเคลื่อนย้ายมาเจือปนกับอาหารแทน และเมื่อเข้าสู่ร่างกายก็จะเป็นพิษต่อร่างกายได้ ส่งผลเสียระยะยาวต่อสุขภาพ บางชนิดมีฤทธิ์เป็นสารก่อมะเร็ง ที่พบมากที่สุดคือ สารจำพวกวิซีเอ็ม (VCM) หรือ ไวนิลคลอไรด์มอนอเมอร์ ซึ่งเป็นสารตั้งต้นในการทำพลาสติกพวก โพลีไวนิลคลอไรด์ หรือ พีวีซี (PVC) ซึ่งนอกจากสารตั้งต้นดังกล่าวแล้ว ในกระบวนการผลิตพลาสติกและโฟม ยังต้องเพิ่มสารเติมแต่งเข้าไปด้วย

สรุป

จากแนวคิดเรื่องความตระหนัก แนวคิดเรื่องความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม แนวคิดเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมจากขยะ โฟมและพลาสติก และอันตรายจากโฟมและพลาสติกต่อผู้บริโภคข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป็นแนวคิดที่สำคัญที่ทุกคนควรจะให้ความสำคัญต่อการรับรู้ มีความรู้ความเข้าใจ สำนึกในเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม และเกิดความต้องการที่จะแสดงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการนำขยะหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่และการจ่ายเงินแพงกว่าในการซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในการบริโภคที่เป็นผลดีต่อสุขภาพ

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับภาชนะบรรจุจากชานอ้อย

ภาชนะบรรจุจากชานอ้อย เป็นภาชนะบรรจุอาหารที่ทำจากเยื่อกระดาษชานอ้อยซึ่งชานอ้อยเป็นของเหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมผลิตน้ำตาล ปกติจะให้เส้นใยที่เหนียวเหนียว การผลิตภาชนะบรรจุอาหารที่ทำจากเยื่อกระดาษชานอ้อยจึงเป็นการเพิ่มมูลค่าและเป็นนวัตกรรมสีเขียวที่มีคุณสมบัติเด่นตั้งแต่กระบวนการผลิตที่เรียบง่าย ประหยัดพลังงานกว่าการผลิตพลาสติกเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่เยื่อจากไม้ยืนต้น และเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตเยื่อกระดาษ ทำให้ได้

ผลิตภัณฑ์ที่มีสีน้ำตาลอ่อนตามสีชานอ้อยธรรมชาติที่สะอาดและปลอดภัย และผ่านการฆ่าเชื้อด้วยแสงยูวีอีกครั้งก่อนจะส่งถึงผู้บริโภค ส่วนการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับโฟมและพลาสติกก็พบว่าภาชนะบรรจุที่ทำจากพลาสติกชีวภาพมีข้อดี คือ สามารถใช้ใส่น้ำ และอาหารทั้งเย็นจัดจนถึงร้อนจัด (-40 ถึง 250 องศาเซลเซียส) เข้าเตาอบและเตาไมโครเวฟได้ ไม่มีสารปนเปื้อนก่อนจะเริ่ม ที่สำคัญที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์จากชานอ้อยสามารถย่อยสลายได้ในเวลา 45 วัน จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมตามมา (บริษัท บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำกัด, 2551)

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

นฤมล แก่อินทร์ (2542) ได้แบ่งกลุ่มลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้ดังนี้

1. มีการออกแบบหรือผลิตมาตามความต้องการที่พอเหมาะไม่ฟุ่มเฟือย หรือลดปริมาณการใช้ในแต่ละครั้งให้น้อยลง
2. สามารถประหยัดพลังงานและทรัพยากรในการผลิต การใช้ และการกำจัดทิ้ง เช่น ใช้วัสดุอื่นแทนการใช้ไม้ที่ตัดมาจากป่าหรือการใช้พืชหรือสัตว์ที่หายากและกำลังจะสูญพันธุ์ในการผลิต
3. ไม่ปล่อยสารเคมีออกสู่สภาพแวดล้อมระหว่างการผลิต การใช้ และการจัดการที่ผ่านกระบวนการบำบัด หรือกรองของเสียก่อนปล่อยออกสู่อากาศหรือแหล่งน้ำ
4. สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ได้ อีก หรือย่อยสลายทางชีวภาพที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

2.4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

Engel Blackwell & Miniard (1995) ให้คำจำกัดความของคำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” คือ “กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมา บริโภค และกำจัดผลิตภัณฑ์หรือบริการรวมถึงการตัดสินใจก่อนและหลังการกระทำนั้น”

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” หมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาหรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค คือ ลักษณะของตัวผู้ซื้อเอง และลักษณะการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยในส่วนของลักษณะผู้บริโภค จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และปัจจัยส่วนบุคคล โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factor) หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในสังคม เช่น ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อองค์กร ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคมของตนเอง ของสังคมอื่น ค่านิยมของบุคคลต่อธรรมชาติ ค่านิยมของบุคคลต่อมนุษยชาติ เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้สามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อได้

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้บริโภค

กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับ กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อความเชื่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่ม มีผลต่อการเลือกพฤติกรรมและการดำเนินชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่างกัน

ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อความเชื่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล อาทิเช่น ลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีนหรือยุโรปจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

บทบาทและสถานะ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มและจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น การเสนอขายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมต่อกลุ่มเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจะต้องวิเคราะห์ว่ามีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ได้แก่

อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่นกลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ ชอบสินค้าประเภทแฟชั่น กลุ่มวัยกลางคนสนใจสินค้าที่คำนึงถึงเรื่องสุขภาพ การออกกำลังกาย ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ เป็นต้น

อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่บุคคลนั้นจะตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมสินทรัพย์

การศึกษาผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย และการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้ในการบริโภคที่มีปัญหาต่อสภาพแวดล้อมและต่อตัวผู้บริโภคเอง

รูปแบบการดำรงชีวิตแบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ประกอบด้วย การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือและทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

สรุป

จากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวกับการค้นหา การซื้อ การได้รับ การใช้ ที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น โดยมีกระบวนการตัดสินใจเป็นตัวกำหนดให้เกิดพฤติกรรมต่างๆเหล่านั้นขึ้นมาโดยรับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และปัจจัยส่วนบุคคลที่ใช้ในการตัดสินใจของผู้บริโภค

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มรกต ศรีงาม (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 66 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการดำเนินชีวิตประจำวันตามแบบประเพณี “วิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม” คือมีการดำเนินชีวิตประจำวันให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและสังคม และกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ร้อยละ 99.95 ส่วนลักษณะประชากร คือ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พัชรี ดวงแสงทอง (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากมันสำปะหลังของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” พบว่า

ร้อยละ 90 ของผู้บริโภคให้ความสนใจต้องการใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายทางชีวภาพจากมันสำปะหลัง โดยราคาของผู้บริโภคกลุ่มนี้ยินดีจะจ่ายมากกว่าเป็นอันดับหนึ่งซึ่งคิดเป็นร้อยละ 46.11 คือราคาระหว่าง 1.00 บาท ถึง 2.99 บาท และเมื่อพิจารณาจาก Marginal Effects พบว่าโอกาสที่ผู้บริโภคจะใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากมันสำปะหลังจะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 8.15 ถึงร้อยละ 23.28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ถ้าผู้บริโภคมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี โอกาสที่จะใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากมันสำปะหลังจะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 8.60 ถึงร้อยละ 13.49 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ถ้าผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 10,000 บาท โอกาสที่จะใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากมันสำปะหลังจะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 15.10 ถึงร้อยละ 16.17 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

โหมหญิง ประจักษ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องความรู้และพฤติกรรมในการลดมลภาวะที่เกิดจากถุงพลาสติกของประชาชนตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่เพศหญิงจะมีความรู้เกี่ยวกับการลดมลภาวะที่เกิดจากถุงพลาสติกดีกว่าเพศชาย และยังมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับถุงพลาสติกผ่านสื่อต่างๆ ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นทีวี วิทยุแผ่นพับหรือจากประสบการณ์ตรงในวิถีชีวิตแต่วันที่มีการนำพลาสติกมาใช้กับชีวิตประจำวันมากขึ้น ส่วนในเรื่องของพฤติกรรมเนื่องมาจากเพศชายมีพฤติกรรมในการลดมลภาวะที่เกิดจากถุงพลาสติกน้อยกว่าเพศหญิง ซึ่งอาจเนื่องมาจากในสังคมไทยเพศหญิงจะคอยทำหน้าที่ในการทำความสะอาดและกำจัดขยะภายในบ้านมากกว่าเพศชาย จึงทำให้พฤติกรรมในการลดมลภาวะที่เกิดจากถุงพลาสติกมากกว่า ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และพฤติกรรมการลดมลภาวะที่เกิดจากถุงพลาสติกของ อบต.หนองหารยังอยู่ในระดับน้อย ขาดผู้รับผิดชอบในการจัดการสิ่งแวดล้อม หาก อบต.หนองหารต้องการที่เพิ่มพฤติกรรมลดมลภาวะที่เกิดจากการใช้ถุงพลาสติกให้มากขึ้นอาจต้องคำนึงถึงหลักของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งอาจใช้แนวคิดทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลเป็นพื้นฐานในการอธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจ การคล้อยตามกลุ่ม เจตคติเกี่ยวกับพฤติกรรม ซึ่งทำให้มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการลดมลภาวะจากถุงพลาสติกเพิ่มขึ้นในแนวทางที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนต่อไป

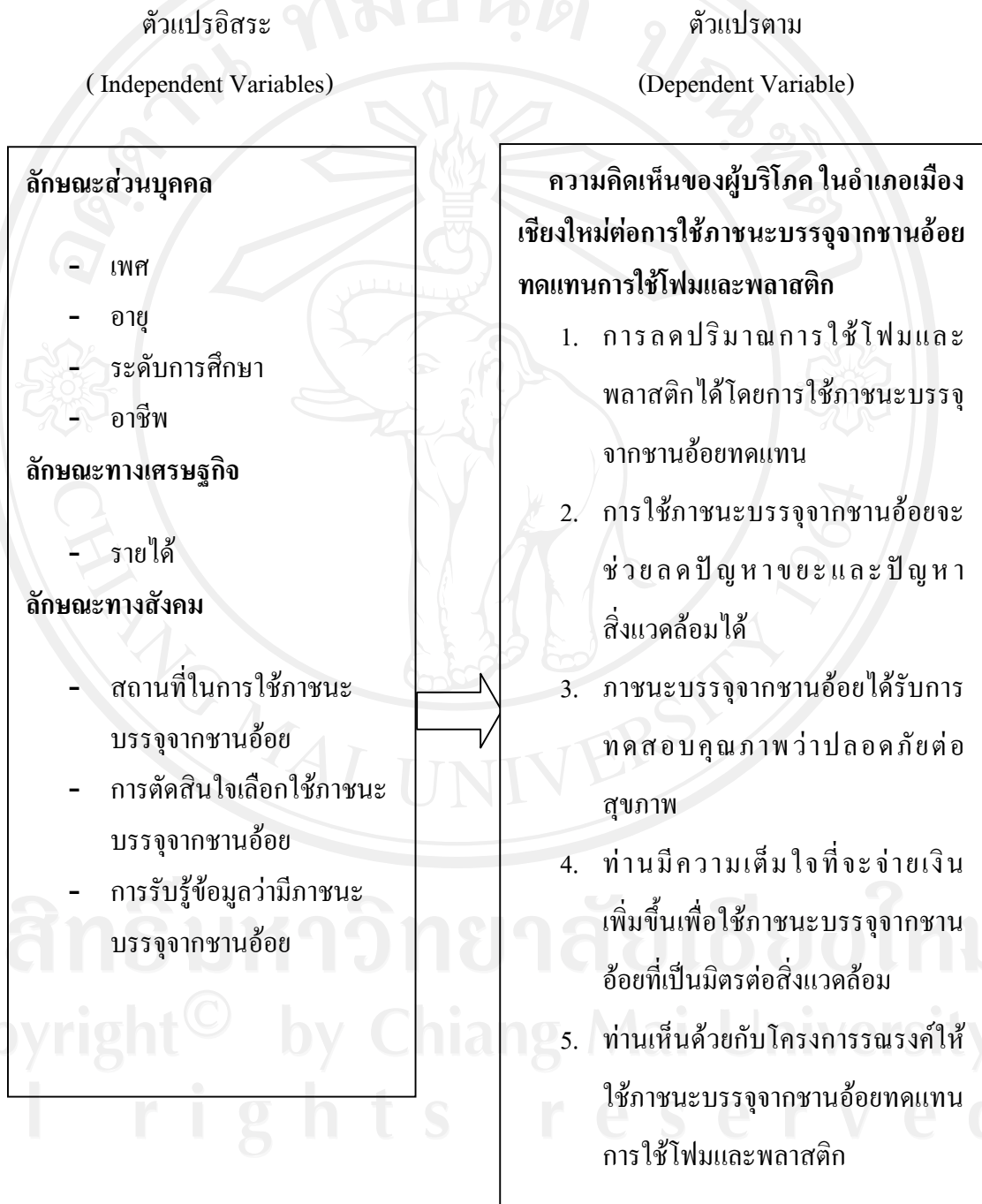
อำไพ ยิ้มอยู่ (2552) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ พบว่า องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ระดับปานกลางว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยต่อสุขภาพในการบริโภค บางส่วนมีความรู้ความเข้าใจ

น้อย ว่าพลาสติกย่อยสลายได้ผลิตจากส่วนประกอบของแป้งข้าวโพด แป้งมันสำปะหลัง ข้าว และชานอ้อย องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้สึก ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมีความรู้สึกต่อ ส่วนประสมทางการตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ โดยมีค่าเฉลี่ยของความ คิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันเรื่องการ ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้มีอย่างทั่วถึงครอบคลุมและต่อเนื่อง องค์ประกอบของทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้ม พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการบริโภคบรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมระดับ สันับสนุน มีแนวโน้มพฤติกรรมสนับสนุนมากที่สุดที่จะแนะนำให้คนใกล้ชิดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก ย่อยสลายได้ และมีแนวโน้มพฤติกรรมสนับสนุนที่เป็นผู้มีความมุ่งมั่นอย่างมากในการเลือกใช้ บรรจุภัณฑ์พลาสติกย่อยสลายได้

สิทธิกร แก้วราเขียว (2554) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ อาหารจากชานอ้อย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า การใช้บรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยส่วนใหญ่ เคยใช้มาก่อน ประเภทจาน ถ้วย กล่องใส่อาหาร และชาม โดยรู้จักจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเป็นตัวของตัวเอง โดยซื้อจากมินิมาร์ทและ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ด้านทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 โดยมีทัศนคติเห็นด้วยระดับมากที่สุดในด้าน สามารถใช้ แทนบรรจุภัณฑ์ทั่วไปได้ สามารถใช้ได้ทั้งอาหารร้อนและเย็นมีความสะดวกและง่ายใน การใช้ หาซื้อ ได้ง่าย มีความน่าเชื่อถือเพราะได้รับการรับรองจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และ สิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัย ไร้สารเคมี ช่วยลดปัญหาขยะและปัญหาสิ่งแวดล้อมได้และสามารถ ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ มีทัศนคติเห็นด้วยในระดับมากในด้านบรรจุภัณฑ์ อาหารจากชานอ้อยสามารถใช้ได้กับไมโครเวฟ มีรูปทรงที่ทันสมัยมีหลากหลายรูปแบบ ให้ เลือกใช้ มีผลดีต่อสุขภาพ และมีเอกสารฉลากแสดงข้อมูลอย่างชัดเจนมีทัศนคติเห็นด้วยในระดับ ปานกลางในด้านบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยมีราคาถูก และด้านประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่อง การบรรจุภัณฑ์อาหารจากชานอ้อยมีอย่างทั่วถึง

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษานี้ มีกรอบแนวคิดที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้ภาชนะบรรจุจากชานอ้อยทดแทนการใช้โฟมและพลาสติก ดังนี้



รูปที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.7 สมมติฐานในการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจ ลักษณะทางสังคมของผู้บริโภคที่ต่างกัน มีความคิดเห็นของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้ภาชนะบรรจุจากชานอ้อยทดแทนการใช้โฟมและพลาสติกแตกต่างกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved