238711

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้เขียน	นางสาวศิริลักษณ์ สามหงษ์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของกิจการ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ หรือเจ้าหน้าที่จัดซื้อ สำหรับผู้ประกอบร้านกาแฟสดที่มีรูปแบบธุรกิจนิติบุคคล (บริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด) และเจ้าของกิจการ หรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ สำหรับผู้ประกอบร้านกาแฟสดที่มีรูปแบบธุรกิจบุคคลธรรมดา จำนวน 150 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของรูปแบบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านกาแฟสด วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีระยะเวลาในการทำงานในตำแหน่งปัจจุบันน้อยกว่า 5 ปี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีระยะเวลาในการประกอบการของธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี รูปแบบธุรกิจส่วนใหญ่ลักษณะเป็นบุคคลธรรมดา ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจน้อยกว่า 1 ล้านบาท มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 10 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ (รายได้จากการขายกาแฟสด) ระหว่าง 30,001-60,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ยากของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่มีการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท มีความถี่ในการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ระหว่าง 1-3 ครั้งต่อปี มีแหล่งบรรจุภัณฑ์ในการจัดซื้อระหว่าง 2-3 แหล่ง มีแผนในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์เมื่อบรรจุภัณฑ์หมดสต๊อก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลของบรรจุภัณฑ์จากคำแนะนำของผู้อื่น ผู้มีอำนาจหรือผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ยากของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์การและปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมทุกปัจจัยมีผลอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือ จำนวนผู้บริโภคกาแฟสดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่สนใจด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ/สภาวะโลกร้อน

ปัจจัยภายในองค์การมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือ วัตถุประสงค์ด้านต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อกำไรของผู้ประกอบการร้านกาแฟสด

ปัจจัยระหว่างบุคคลมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและเป็นไปอย่างต่อเนื่องระหว่างตัวแทนจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมกับผู้มีหน้าที่จัดซื้อบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการร้านกาแฟสด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือ บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมมีความสะอาดปลอดภัยในการใช้บรรจุอาหารเพื่อการบริโภค

ปัจจัยด้านราคามีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือ ราคาขายของบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือ สามารถสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมได้ทุกวัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือ หากมีปัญหาในการใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมที่สาเหตุมาจากการผลิตผู้ประกอบการสามารถเปลี่ยนสินค้าและ/หรือ คืนสินค้าได้

238711

Independent Study Title	Factors Affecting Decision of Fresh Coffee Shops Towards Buying Biodegradable Packaging in Mueang Chiang Mai District
Author	Miss Siriluck Samhong
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Naruemon Kimpakorn

ABSTRACT

The objective of this independent study is to explore the factors that influence the decision of shops selling fresh coffee to use biodegradable packaging in the Mueang district of Chiang Mai. Questionnaires to collect data were distributed to 150 shops selling fresh coffee. The Questionnaires were directed to personals who are in the position to directly make or influence the decision regarding the use of bio-degradable packaging. These shops are located in the Meaung district of Chiang Mai and were selected by quota sampling. There are different types of businesses for the shops selling fresh coffee and the number of questionnaires that were distributed to each business type is in proportion to total number in existence in Mueang district of Chiang Mai. The data were analyzed using descriptive statistics such as frequency, percentage and mean.

The study revealed the following threads: Most of the respondents were male, holding a bachelor degree, with age not over 30 years old. Most of them have less than 5 years of working experience and earned between 10,001-20,000 baht/month. Their businesses have been in operation for 5-10 years. Most of the Businesses were owned by sole proprietors. Most of the shops have less than 1 million baht of registered capital and employ not over 10 staff. Their monthly businesses incomes were between 30,001-60,000 baht.

The study revealed the following buying behaviors: Most of the respondents would purchase less than 50,000 baht/month of stock and they would make their purchase 1-3 times a

year from 2-3 sources. They would keep safety stock when stocks are depleting. The respondents were mostly introduced to the sellers through other acquaintances. The authorized decision maker is the owner and price is an important consideration in the marketing mix factors.

For the organization buying behavior factors and marketing mix factors, it was found that the various factors affect the respondents at a moderate level. The sub-factors with the highest mean score are as follows:

Environmental factor - This deals with environmental concerns that the operators of the shops may have. The effect on the decision to use biodegradable packaging is found to be in proportion to the population that is interested in environment and global warming issues.

Organizational factor - This deals with the effects on the profits of the business due to the cost of the packaging.

Interpersonal factor - Good continual relationships between the biodegradable packaging agency and the shops selling fresh coffee would affect the decision.

Product factor - This deals with the cleanliness and safety for usage of the biodegradable packaging.

Price factor - This deals with the prior knowledge that the prices are stable and will not change frequently.

Place factor - This deals with the ability to place orders for biodegradable packaging at a daily basis.

Promotion factor - This is the ability to obtain a refund for defective goods caused by the manufacturer.