

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ : พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสินค้าฉลากเขียว ของผู้ที่อาศัย  
อยู่ในบ้านใหม่ กรณีศึกษาในตำบลช้างเผือก เขตเทศบาล  
นครเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน : นายสรารัฐ เชาว์รัตน์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ประหยัด ปานดี

ประธานกรรมการ

ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ

กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์

กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสินค้าฉลากเขียว ของผู้ที่  
อยู่อาศัยในบ้านใหม่ ในตำบลช้างเผือก เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการ  
บริโภคสินค้าฉลากเขียว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มผู้เช่าอยู่อาศัยในบ้านใหม่ ตำบลช้างเผือก เขตเทศ-  
บาลนครเชียงใหม่ ทั้งหมด 144 ครอบครัว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามจากหัวหน้า  
ครัวเรือน เมื่อรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์โดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC ใช้สถิติเชิงพรรณนา  
สถิติการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Coefficient of  
Correlation) และ การทดสอบ t-test

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวในระดับสูง  
และเมื่อใช้เทคนิคทางสถิติการทดสอบ t และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ระดับ

การศึกษาของผู้บริโภค ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ส่วนปัจจัยทางด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว สภาพเศรษฐกิจของครัวเรือน ราคาของผลิตภัณฑ์ และการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว พบว่า การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชนเพื่อรับทราบถึงข้อมูลข้อเท็จจริงยังมีไม่พอ ผลิตภัณฑ์มีราคาแพงถ้าเทียบกับผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมดาในชนิดเดียวกัน

ผลการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะคือ ภาครัฐบาล และ เอกชน ควรให้ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศให้มากขึ้น รวมทั้งลดราคาของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวให้มีราคาถูกลงกว่านี้ และประชาสัมพันธ์โดยจัดเป็นสารคดีสั้น ๆ ออกมาเผยแพร่ทางโทรทัศน์ทุกวัน เพราะถือว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้บริโภคสามารถรับข่าวสาร ได้มากและเร็วที่สุด

Independent Study Title	Consumer Behavior on Green Sign Products of New Housing Residents in Tambon Chang Phuak, Chiang Mai Municipality.	
Author	Sarawut Decharat	
M.A.	Man and Environment Management	
Examining Committee :		
	Assoc.Prof. Prayad Pandee	Chairman
	Prof. Dr.Manat Suwan	Member
	Assoc.Prof. Dr.Anurak Panyanuwat	Member

### Abstract

The purposes of this research, namely, Consumer Behavior on Green Sign Products of New Housing Residents in Tambon Chang Phuak, Chiang Mai Municipality, were to study the consumer behavior on green sign of new housing resident, and to study the factors related to those consumer behaviors.

The sample groups were selected purposively. Groups for this survey research consisted 144 families of which the members were the new housing residents. A set of questionnaires was used in data collection. The statistical techniques were analyzed by using SPSS computer program, using percentage, mean, standard deviation, pearson's product moment coefficient of correlation, and t - test.

Results of the research showed that the consumer behaviors' number on green products was high. The educational level of consumers had no influence on consumer behaviors on green sign products. On the other hand, knowledge on green sign products, economic situations of families, product, price, and information acquired had an influence on consumer behaviors on green sign product with a statistical significance at 0.05 level.

The problems and obstacles on green sign products were revealed that there was not sufficient information for the consumers, and the products were found as too expensive if compared with the ordinary products of the same types at the same time.

Based on the results of this research, some suggestions were that the government and private organizations should provide more knowledge about products for rural people, and attempt to reduce the price of such products. Promotion through television should be distributed more frequently, because the television has been the most accessible media and being used to promote consumption more quickly.

มหาวิทยาลัย  
Chiang Mai University