

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อ  
บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผู้เขียน นางสาวภัทรวรรณ รามสูต

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.ศรัญญา ก้นตะบุตร

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สถานภาพโสด และมีนิยามบ่งบอกตัวตนเป็นผู้บริโภคที่ใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ 1-5 ครั้ง/ปี โดยซื้อเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเพราะเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการซื้อในอนาคต คือซื้อแน่นอน แต่ผู้บริโภคบางส่วนที่ไม่แน่ใจหรือไม่ซื้อต่อเพราะมีราคาสูงเกินไป

ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดพบว่าในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกต่อบัจจัยย่อยในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านราคา ได้แก่ ราคาต่อชิ้นที่เหมาะสมกับประโยชน์ที่จะได้รับทั้งต่อสิ่งแวดล้อมและตัวผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่มีสารก่อมะเร็งและสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

<b>Independent Study Title</b>	Behavior of Consumers in Mueang Chiang Mai District Towards Purchasing of Environmental Friendly Packaging
<b>Author</b>	Miss Pattarawan Rammasoot
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Advisor</b>	Lecturer Dr. Saranya Kantabutra

### **ABSTRACT**

The purpose of this independent study was to study the behavior of consumers in Mueang Chiang Mai District towards purchasing of environmental friendly packaging. In this study, questionnaire was used to collect data from consumers in Mueang Chiang Mai District 200 consumers. Descriptive statistics as frequency, percentage and mean were also used to analyze the data. Descriptive statistics as frequency, percentage and mean were also used to analyze the data.

The results of the study showed that most questionnaire respondents were female, not over 30 years old, with Bachelor's degree. They were civil servants/state enterprise employees /state employees with the average salary of 10,001-20,000 baht per month. Most were single. The definition of identity as consumers spending rationally.

From the study of their behaviors towards purchasing of environmental friendly packaging, it was found that most respondents had purchase frequency 1-5times/year. They purchased for use in everyday life. The reason for purchase was a part of environmental conservation. There was a tendency to purchase in the future, certainly. Some consumers were not sure or not to purchase because the price was too high.

From the study of marketing mix factors, it was found that most respondents ranked all factors at the high level, in the following order: price, product, place and promotion. The first ranked sub-factor in each category was: for price, reasonable prices with the benefits to the environment and consumer, for product, product no carcinogens and chemicals harmful to health, for place, convenience for buying the product, for promotion, given the correct knowledge and understanding about environmental friendly packaging.