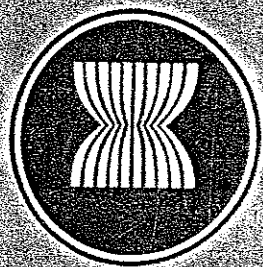


เอกสารประกอบการประชุมวิชาการวิจัยรำไพพรรณี ครั้งที่ 7
เนื่องในวโรกาสคล้ายวันพระราชสมภพสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี ครบ 109 ปี

"การเตรียมความพร้อมของท้องถิ่นเพื่อก้าวสู่อาเซียน"



วันที่ 19-20 ธันวาคม 2556

ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ISBN 978-974-381-281-1

สารบัญ ผลงานวิจัยภาคบรรยาย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	หน้า
24	บทบาทที่คาดหวังและบทบาทที่เป็นจริงในการปฏิบัติงานของบุคลากร โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ <i>จันทร์เพ็ญ เกียรติอำ</i> สาขาวิชาการจัดการภาครัฐแนวใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	164
25	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนจากประเทศจีน <i>MR.LI GUO ZHENG</i> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	171
26	การเตรียมตัวก่อนการเกษียณของข้าราชการครู จังหวัดร้อยเอ็ด <i>อนงค์นาฏ ผ่านสถิน, วิริณธ์ กิตติพิชัย, กนิษฐา จำรูญสวัสดิ์, พัทยา จารุพูนผล</i> คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล	177
27	ปัจจัยในการเลือกใช้อินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา <i>วสันต์ อู่สำหัตถ์, ณัฐทิ ปิ่นทอง</i> คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์	185
28	ทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีต่อเทคโนโลยี 3G ในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา <i>นิศรา ยาประกัลป์, ณัฐทิ ปิ่นทอง</i> คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์	194
29	แนวทางการเสริมสร้างประสบการณ์ตรงใน 5 สายงานและ 1 หน่วยปฏิบัติการพิเศษของสถานีตำรวจแกนครูฝึกตำรวจ ศูนย์ฝึกอบรมตำรวจภูธรภาค 4 <i>ทนุธรรม ชาครธรรม</i> วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น	201
30	การพัฒนาแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลผู้สูงอายุ <i>อิตติมา ไชยมงคล</i> วิทยาลัยพยาบาล และสุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	207
31	รูปแบบการเรียนรู้ตามหลักอริยสัจ 4 ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้ป่วยความดันโลหิตสูง <i>ธนพร วรรณกุล, อารยา ทิพย์วงศ์</i> วิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	213
32	สำรวจพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา <i>จันทร์ศิลา สีมะเนน, ณัฐทิ ปิ่นทอง</i> คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์	222
33	ทัศนคติของผู้ซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าจังหวัดพิษณุโลกต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว กรณีศึกษา : เทศบาลนครพิษณุโลก <i>รัตนา ขนุนปิ่น, รุ่งนภา ฤทธิไธสงค์ สุขสมาน สังโยคะ</i> คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	227
34	ความคิดเห็นของผู้นำนักศึกษาสาขาวิชารัฐศาสตร์ กรณีการแก้ไขประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 113 <i>สมปอง ทองมาดี ไกรวุฒิ ขวาลเสนีย์, ธนัทธร์ ไสภณดิลก</i> คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี	233

ทัศนคติของผู้ซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าจังหวัดพิษณุโลกต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว

กรณีศึกษา : เทศบาลนครพิษณุโลก

The attitudes of consumer about the Green Label products

Case study ; shopping malls in Muang Phitsanulok

รัตนา ขนุนปิ่น, รุ่งนภา ฤทธิไทรสงค์, สุขสมาน สังโยคะ

สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาทัศนคติและประเมินความเข้าใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวของผู้ที่ซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าของจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยกับผู้ที่มาเลือกซื้อสินค้าใช้ในห้างสรรพสินค้าใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 5 แห่ง ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ห้างสรรพสินค้าแมคโคร และห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัสเอ็กซ์ตร้า โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 268 คน (คิดเป็นร้อยละ 53.6) เป็น เพศหญิง จำนวน 232 (คิดเป็นร้อยละ 46.4) ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 32.8) และเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา (ร้อยละ 32) จากการสอบถามถึงทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 379 คน (คิดเป็นร้อยละ 75.2) ตอบเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของการใช้งานที่เหมาะสมมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน (คิดเป็นร้อยละ 60) ตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าโดยดูจากราคาเป็นปัจจัยหลักในขณะที่สินค้า 2 ชนิดมีลักษณะคล้ายคลึงกันมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.2) เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการรักษาสีสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 242 คน (คิดเป็นร้อยละ 48.4) เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยมักจะเลือกผลิตภัณฑ์ประหยัดไฟที่มีสัญลักษณ์รับรอง เช่น ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 289 คน (คิดเป็นร้อยละ 57.8) ช่วยเพิ่มอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยการหมั่นทำความสะอาด ตรวจสอบ และดูแลผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอมากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 371 คน (คิดเป็นร้อยละ 74.2) จะมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมากที่สุด เพราะเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและสามารถย่อยสลายหรือตัดแปลงมาใช้ใหม่ได้

คำสำคัญ: ฉลากเขียว ทัศนคติ ผู้บริโภค

Abstract

This research aimed to assess the attitudes and understanding toward the green label products in the shopping mall of Phitsanulok Province. The questionnaire was a research tool for those shopping in 5 super department stores of Phitsanulok including : the Central Plaza shopping mall, Tesco Lotus, Big C shopping mall, Makro, and Tesco Lotus Extra by the sample size of 500 people. The result found that the sample group were male 53.6 percentage and females 46.4 percentage, aged under 25 years 32.8 percentage and students 32 percentage. From the attitudes and behaviors questioning of 500 consumers found that 379 people (75.2 percentage) selected the products by needs of applications the most, 300 people (60 percentage) decided to shop by price was a major factor when two pieces of product were similar the most, 36 people (7.2 percentage) purchased the environmental planned friendly products such as the Green Label products the most, 242 people (48.4 percentage) were plan to purchase the electricity goods by looking a safe energy symbol such as a level 5 energy safe label the most, 289 people (57.8 percentage) designed to increase the lifetime of various products by regularly cleaning, regularly checking and taking care products the most. In addition, 371 people (74.2 percentage) will contribute the conservation of natural resources and the environment concept by suggesting the family members or someone to

known the Green Label products the most because the Green Label product are natural product, environmentally friendly and biodegradable or reuse.

Keywords: Green Label Attitudes Consumer

บทนำ

จากปัญหาสถานะโลกร้อนที่เกิดขึ้นมาในปัจจุบันนี้ส่งผลให้หลายฝ่ายหันมาให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมของโลกกันมากขึ้น สำหรับในประเทศไทยเองก็มีโครงการรณรงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมกันอยู่เนื่อง ๆ ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการร้านค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ต่างก็หันมาใส่ใจกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้การตลาดกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมซึ่งดูเหมือนจะไปด้วยกันไม่ได้ กล่าวคือฝ่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต้องการให้การบริโภคลดลงแต่ฝ่ายการตลาดต้องการให้มีการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น เริ่มมีการปรับตัวและหากลยุทธ์ที่จะกระตุ้นยอดขายในกลุ่มผู้ซื้อสินค้าที่สนใจต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม จึงก่อให้เกิดแนวคิดทางการตลาดที่ว่าความสามารถชักจูงผู้บริโภคให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้เร็วและมากขึ้น โดยการผลิตสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือขายสินค้า-บริการที่ช่วยให้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงเป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถปฏิบัติได้ง่ายสำหรับการรักษาโลกของผู้บริโภคทุกคนก็คือการใช้สินค้าที่มีฉลากเขียว (นิตยสารการตลาด, 2551)

ฉลากเขียว (Green label หรือ Eco-label) เป็นฉลากที่มีการรับรองว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน ฉลากเขียวเป็นฉลากที่ออกให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้ผ่านการประเมินและตรวจสอบว่าได้มาตรฐานทางสิ่งแวดล้อม ตามข้อกำหนดที่คณะกรรมการโครงการฉลากเขียวประกาศใช้โดยให้เป็นไปตามความสมัครใจของผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย หรือผู้ให้บริการ ที่ต้องการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มผู้ผลิตหันมาใช้เทคโนโลยีที่สะอาดเพื่อผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง ให้รัฐบาลและเอกชนร่วมมือกันฟื้นฟูรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม ลดปัญหา มลภาวะด้วยการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยการปลูกจิตสำนึกทางด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้บริโภคโดยการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย (สำนักงานเลขาธิการโครงการฉลากเขียว สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2553: ออนไลน์)

ปัจจุบันจังหวัดพิษณุโลกได้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมากเพราะเป็นที่ตั้งของส่วนราชการและมหาวิทยาลัยหลายแห่ง อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการค้าเพราะถูกกำหนดให้เป็นสี่แยกเศรษฐกิจอินโดจีนตามยุทธศาสตร์ของจังหวัด ส่งผลให้จังหวัดพิษณุโลกมีห้างสรรพสินค้าหลายแห่งเกิดขึ้นอย่างมากภายในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติในการเลือกซื้อสินค้าฉลากเขียวของผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอเมืองพิษณุโลก ทั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ถึงความรู้ความเข้าใจและแนวโน้มในการเลือกซื้อสินค้าของประชาชนซึ่งจะเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยลดภาวะโลกร้อนที่สามารถปฏิบัติได้ง่าย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวและพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ที่มาซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอเมืองพิษณุโลก

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บตัวอย่างแบบสำรวจความคิดเห็น

การศึกษาครั้งนี้เป็นสำรวจทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวและพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ที่มาซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอเมืองพิษณุโลก โดยจะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มประชากรที่มาจับจ่ายใช้สอยในห้างสรรพสินค้า 5 แห่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลดิส ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ห้างสรรพสินค้าแมคโคร และห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลดิสเอ็กซ์ตร้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน - ตุลาคม จำนวนทั้งสิ้น 500 ชุด จากนั้นนำมาแปลผลทางสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

จากการสำรวจทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวและพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ที่มาซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอเมืองพิษณุโลกโดยใช้แบบสอบถาม พบว่าในกลุ่มตัวอย่างซึ่งตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 268 คน (คิดเป็นร้อยละ 53.6) เป็นเพศหญิง จำนวน 232 (คิดเป็นร้อยละ 46.4)

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 164 คน (คิดเป็นร้อยละ 32.8) ช่วงอายุ 45-54 ปี จำนวน 118 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.6) อายุ 35-44 ปี จำนวน 102 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.4) อายุ 25-34 ปี จำนวน 70 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.6) และอายุ 55 ปี ขึ้นไป จำนวน 38 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.6) (แสดงในตารางที่ 1) เมื่อจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 160 คน (คิดเป็นร้อยละ 32) พนักงานบริษัท/พนักงานธนาคาร จำนวน 77 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.4) ประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 69 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.8) รับราชการ จำนวน 64 คน (คิดเป็นร้อยละ 12.8) เป็นนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ จำนวน 57 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.4) เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน (คิดเป็นร้อยละ 5.2) เป็นเกษตรกร จำนวน 26 คน (คิดเป็นร้อยละ 5.2) และเป็นแม่บ้าน/ว่างงาน จำนวน 21 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.3) (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/ทหาร/ตำรวจ	64	12.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	5.2
พนักงานบริษัท/พนักงานธนาคาร	77	15.4
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	57	11.4
ค้าขาย	69	13.8
เกษตรกร	26	5.2
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	160	32
แม่บ้าน/ว่างงาน	20	4.2
อื่นๆ(โปรดระบุ)	0	0
รวม	500	100

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	164	32.8
25-34 ปี	78	15.6
35-44 ปี	102	20.4
45-54 ปี	118	23.6
55 ปีขึ้นไป	38	7.6
รวม	500	100

ผลการประเมินความรู้อย่างเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว โดยให้ทำแบบทดสอบจำนวน 8 ข้อ (ตารางที่ 3) พบว่ากลุ่มตัวอย่างประชาชนเกินกว่าร้อยละ 50 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ซึ่งคำถามเกี่ยวกับฉลากเขียวที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุดคือคำถามที่ว่า “ฉลากเขียว เป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” โดยตอบถูก 491 คน จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 500 คน (คิดเป็นร้อยละ 98.2) และคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุดคือคำถามที่ว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีราคาที่สูง เพราะมีการใช้เทคโนโลยีและการออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” โดยตอบผิด 101 คน จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 500 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.2)

และจากการสอบถามถึงทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคและอุปโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 379 คน (คิดเป็นร้อยละ 75.2) ตอบเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของการใช้งานที่เหมาะสมมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน (คิดเป็นร้อยละ 60) ตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าโดยดูจากราคาเป็นปัจจัยหลักในขณะที่สินค้า 2 ชนิดมีลักษณะคล้ายคลึงกันมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.2) เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการรักษาสีแวตล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 242 คน (คิดเป็นร้อยละ 48.4) เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยมักจะเลือกผลิตภัณฑ์ประหยัดไฟที่มีสัญลักษณ์รับรอง เช่น ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 289 คน (คิดเป็นร้อยละ 57.8) ช่วยเพิ่มอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยการหมั่นทำความสะอาด ตรวจสอบ และดูแลผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอมากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 371 คน (คิดเป็นร้อยละ 74.2) จะมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมากที่สุด เพราะเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและสามารถย่อยสลายหรือดัดแปลงมาใช้ใหม่ได้

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว

ประเด็นคำถาม	ใช่	ไม่ใช่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. ฉลากเขียว เป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	491 (98.2)	9 (1.8)
2. สินค้าที่บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เป็นการลดปริมาณขยะ	479 (95.8)	21 (4.2)
3. การรีไซเคิล คือการนำเอา วัสดุหรือสิ่งของกลับมาใช้ใหม่	430 (86)	70 (14)
4. การซ่อมบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์เป็นวิธีหนึ่งในการช่วยลดปัญหาภาวะทางสิ่งแวดล้อม	416 (83.2)	84 (16.8)
5. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีราคาที่สูง เพราะมีการใช้เทคโนโลยีและการออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	399 (79.8)	101 (20.2)
6. การเพิ่มอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยรักษาสีแวตล้อม	423 (84.6)	77 (15.4)
7. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อให้น้อยที่สุด	414 (82.8)	86 (17.2)
8. การบริโภคผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวช่วยให้มนุษย์มีทรัพยากรใช้อย่างยั่งยืนในอนาคต	432 (86.4)	66 (13.2)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคและอุปโภคสินค้า

ประเด็นคำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของการใช้งานที่เหมาะสม	376 (75.2)	85 (17)	37 (7.6)	2 (0.4)	0 (0)	500 100
2. ท่านตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าโดยดูจากราคาเป็นปัจจัยหลักในขณะที่สินค้า 2 ชนิดมีลักษณะคล้ายคลึงกัน	300 (60)	114 (22.8)	67 (13.4)	11 (2.2)	8 (1.6)	500 100
3. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการรักษาสีเงาผิว เช่น ผลิตภัณฑ์ผลากเขียว	36 (7.2)	71 (14.2)	262 (52.4)	115 (23)	16 (3.2)	500 100
4. ในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ท่านมักจะเลือกผลิตภัณฑ์ประหยัดไฟที่มีสัญลักษณ์รับรอง เช่น เบอร์ 5	242 (48.4)	172 (34.4)	81 (16.2)	4 (0.8)	1 (0.2)	500 100
5. ท่านหมั่นทำความสะอาด ตรวจสอบและดูแลผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเพิ่มอายุการใช้งานได้	289 (57.8)	101 (20.2)	102 (20.4)	6 (1.2)	2 (0.4)	500 100
6. ถ้าท่านมีโอกาส ท่านจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ผลากเขียว เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและสามารถย่อยสลายหรือดัดแปลงมาใช้ใหม่	371 (74.2)	70 (14)	48 (9.6)	11 (2.2)	0 (0)	500 100

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผลากเขียวและพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ที่มาซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอเมืองพิษณุโลก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล พบว่า

1) ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 268 คน (คิดเป็นร้อยละ 53.6) เพศหญิงจำนวน 232 คน (คิดเป็นร้อยละ 46.4) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี โดยยังเป็นนักเรียน นิสิต และนักศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 32.8 แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้เวลาว่างไปเดินเล่นตามห้างสรรพสินค้าของกลุ่มตัวอย่างว่าเป็นนักเรียน นิสิต และนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่

2) จากการวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลากเขียวในกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 491 คน (คิดเป็นร้อยละ 98.2) มีความเข้าใจในเรื่องผลากเขียวว่าเป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 101 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.2) ไม่ทราบว่าที่ผลิตภัณฑ์ผลากเขียวมีราคาที่สูง เพราะมีการใช้เทคโนโลยีและการออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีความรู้ต่อผลิตภัณฑ์ผลากเขียวส่วนใหญ่จะเป็นพวกนักเรียน นิสิต นักศึกษา มากกว่ากลุ่มแม่บ้านและเกษตรกร

3) สำหรับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของการใช้งานที่เหมาะสมเป็นปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจ และจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ผลากเขียว เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและสามารถย่อยสลายหรือดัดแปลงมาใช้ใหม่มากที่สุด เป็น 2 ปัจจัยแรก สอดคล้องกับการศึกษาของสุกัญญา สารพล (2544) ที่ว่าผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผลากเขียวจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักใช้หากมีโอกาส เนื่องจากเห็นประโยชน์ของการใช้เพราะนอกจากจะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแล้วยังมีอายุการใช้งานนานกว่า แม้ว่าราคาจะสูงกว่าเล็กน้อยแต่เมื่อเปรียบเทียบกับอายุการใช้งานที่นานขึ้นก็นับว่ามีความคุ้มค่า

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ความรู้ความเข้าใจ และรณรงค์ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อม
2. รัฐบาลควรมีมาตรการในการจัดเก็บภาษีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวให้น้อยกว่าผลิตภัณฑ์แบบธรรมดา ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และมีราคาที่ถูกลง

เอกสารอ้างอิง

- นิตยสารการตลาด. 2551. ชนะด้วยการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้ที่ : http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=6198 (วันที่ค้นคว้าข้อมูล: 10 กันยายน 2556)
- สำนักงานเลขานุการโครงการฉลากเขียว สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. 2553. โครงการฉลากเขียว. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้ที่ : http://www.tei.or.th/tbcsd/projects/greenlabel_main.html (วันที่ค้นคว้าข้อมูล: 10 กันยายน 2556)
- ธนสิทธิ์ อนุสนธิ์. 2552. ทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อฉลากเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุกัญญา สารพล. 2544. การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว. วิทยานิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.