

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ทัศนคติของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัด

เชียงใหม่ต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ผู้เขียน

นางสาวศุภนิช เอสมิรานันท์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี ที่มีสถานภาพนักศึกษาปี 2554 จำนวน 400 ราย ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโควต้า โดยแยกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นรายมหาวิทยาลัย จำนวน 7 แห่ง ตามสัดส่วนจำนวนนักศึกษา โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 19 – 20 ปี ซึ่งอยู่ในชั้นปีที่ 1 จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี โดยมีรายได้ในช่วง 6,001 – 9,000 บาทต่อเดือน โดย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และเห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทำให้มนุษย์มีทรัพยากรใช้อย่างยั่งยืนในอนาคต โดยรู้จักกระดาษรีไซเคิลมากที่สุด รองลงมาเป็นถุงผ้าใส่ของ และหลอดประหยัดไฟเบอร์ 5 ซึ่งรู้จักจากเพื่อน/คนรู้จักแนะนำ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะใช้ถุงผ้าเป็นประจำทุกวันระดับมาก และใช้กระดาษรีไซเคิล เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นที่นิยมของ

คนทั่วไป ทดแทนผลิตภัณฑ์แบบอื่นได้เป็นอย่างดี รวมถึงหาซื้อได้ง่าย และราคาก็ไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจะต้องมีคุณภาพและมาตรฐานที่รองรับโดยหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ เช่น สินค้าจากเขียว เพื่อความมั่นใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ และราคาจะต้องคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ โดยผลิตภัณฑ์จะต้องหาซื้อได้ง่าย อาจเป็นตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป และควรมีการจัดการจัดตกแต่งที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป เพื่อให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน และจะสนใจผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หากมีส่วนลดพิเศษ เช่น การไปซื้อของตามร้านสะดวกซื้อและใช้ถุงผ้าใส่ของ โดยไม่ใส่ถุงพลาสติก จะได้ส่วนลดค่าบริการ

Independent Study Title	Attitude of Undergraduate Students in Chiang Mai Province Towards Green Products
Author	Miss Supanich Aimsiranunta
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associate Professor Orachon Maneesong

Abstract

This independent study aimed to explore attitude of undergraduate students in Chiang Mai province towards green products. Samples of this study were specified to 400 university students, holding the status of undergraduate students in the year 2004, in Chiang Mai province. Data collection was completed by the distribution of questionnaires, in according to Quota and Convenience samplings, to students of 7 universities, of which the number of respondents were varied in accordance with student proportion. Data obtained were analyzed by descriptive statistics, consisting of frequency, percentage and mean.

The findings presented that the majority were female in age of 19-20 years old. They were the 1st year student in Technology and Science program of Chiang Mai University. Their monthly income was about 6,001-9,000 baht. Most of them were aware of green products and highly agreed that the consumption of green product shall sustain the use of resource in the future. Type of green products that they were acquainted with the most was recycle paper; followed by cloth bag and No.5 - energy saving bulb, respectively. Source of information where they learned about this product from was friend/fellow.

According to the study on green product consumption behavior, the results showed that at the high level, most respondents used cloth bags daily. They also regularly used recycle paper because it had good quality and was rather popular product among general public. In

addition, the recycle paper could well replace other products and be easy to purchase with indifferent price rate comparing to other products.

According to the study on marketing mix factors of green products, the results showed that most respondents thought that in order to ensure customers to consume safe green product, its quality and standard should be certified by reliable agents: being stamped the green label on the product, for example. Prices of the green products should be worthwhile to consume. The products themselves should be easy to purchase, probably at the general convenient stores and should be stored in an outstanding shelves, separated from general products in order to establish the explicit difference between the green and the general products as well as to effectively catch customer's attraction. They also agreed with special discount to be offered for those who did shopping with cloth bags instead of the plastic one.