

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	18
2.3 แนวคิดการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	28
2.4 หลักการการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	31
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	42
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 รูปแบบการวิจัย	45

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	45
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46
3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	49
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	49
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	52
4.2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	55
4.3 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	61
4.4 พฤติกรรมการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่บริโภคในชีวิตประจำวัน	63
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	67
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	68
5.3 ข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	72
ภาคผนวก	
แบบสอบถามการวิจัย	75
ประวัติผู้เขียน	81

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 2.1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6W's และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)	20
ตาราง 4.1 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร	53
ตาราง 4.2 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุของการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	55
ตาราง 4.3 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	56
ตาราง 4.4 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยในการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	57
ตาราง 4.5 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเริ่มต้นใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	57
ตาราง 4.6 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	58
ตาราง 4.7 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	59
ตาราง 4.8 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	59
ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจำแนกเป็นรายข้อ	60
ตาราง 4.10 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	62
ตาราง 4.11 จำนวน ร้อยละของคะแนนพฤติกรรม การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่บริโภคในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเป็นรายกิจกรรม	63
ตาราง 4.12 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการบริโภคในชีวิตประจำวัน	65

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 แสดงรายละเอียด รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อหรือผู้บริโภคร	23
ภาพ 2 แสดงรายละเอียด หลักการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	32
ภาพ 3 แสดงรายละเอียด ของมิติการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม	36
ภาพ 4 แสดงรายละเอียด ยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ธ.ก.ส.	37
ภาพ 5 แสดงรายละเอียด ของมิติการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม	39
ภาพ 6 กรอบแนวคิดทางการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อสิ่งแวดล้อมของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงใหม่	43