

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
ในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผู้เขียน นายศุภวัชร อินฝาง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 35-44 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัท และส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ น้ำยาล้างจาน ไลปอนเอฟ สูดรอนามัย กลิ่นมะกรูด รองลงมาคือ น้ำยาล้างจาน ไลปอนเอฟ สูดรอนามัย ส่วนใหญ่ทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่อีกร้อยละ 47.00 ไม่ทราบว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเหตุผลหลักที่เลือกซื้อนั้นผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้คำนึงว่า ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่คำนึงถึงราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรกรองลงมาคือ คุณภาพสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ สามี / ภรรยา ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำ จากร้านสรรพอาหารหรือซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปส์ มาร์เก็ต ริมปีง ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยเหตุผลที่เลือกซื้อจากสถานที่ดังกล่าว คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย โดยสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีเกณฑ์ในการประเมินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับ 2 เกณฑ์ที่ใกล้เคียงกันคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ ตรายี่ห้อ และในแต่ละครั้งจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2-3 หน่วยใน

ระดับราคา 100– 300 บาท และจะทำการเปรียบเทียบในเรื่องค่าใช้จ่ายของผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปแล้วพบว่า ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ทั่วไป และเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึก พอใจ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** Behavior of Working-Aged Consumers in Mueang Chiang Mai District Towards Purchasing Environmental Friendly Products

**Author** Mr. Supawat Infang

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Advisor** Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

## **ABSTRACT**

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

The study revealed that most of the respondents were in the age between 35 – 44 years, educated at bachelor degree level, and were employed by private companies. The product that most of the respondents purchased the most was dishwashing liquid Bergamot flavor named “Lipon F”, following by dishwashing liquid hygiene named “Lipon F”. Most of the respondents realized that those products were environmental friendly product, whereas another 47 percent did not realize it. The reasons that the respondents did not realize that those are environmental friendly product were because: first, they considered the price that is suitable to the quality; second, the quality of the product was higher than others. The person who affected the decision to purchase the environmental friendly product was husband/wife. Mostly, the respondents purchased the products from department stores such as Tops Market and Rimping Supermarket. The reason that the respondents chose to purchase from those stores was because there were various kinds of products. The media that introduced the environmental friendly product the most was television. The two criteria that the

respondents used to purchase the products were the product's quality and the brand. Also, the respondents would purchase 2 – 3 units of environmental friendly product each time, which was approximately 100 – 300 Baht. Then, the respondents would compare the expense between environmental friendly product and general product, and found that it was close to each other. After using the product, the respondents were satisfied.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved