

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสาธารณะ เศรษฐฐานะ และระดับพฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของพนักงาน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของพนักงาน 3) เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสาธารณะที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของพนักงาน 4) เพื่อศึกษาเศรษฐฐานะที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของพนักงาน 5) เพื่อพยากรณ์พฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสาธารณะ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานของบริษัท ไฮเทค แอพพารเรล จำกัด และบริษัท ไฮเทค ซัยฎุมิ แอพพารเรล จำกัด จำนวน 567 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคำนวณ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานมีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสาธารณะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง พนักงานส่วนใหญ่มีเศรษฐฐานะดังนี้ รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1,000-7,333 บาท มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และมีอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี พนักงานมีระดับพฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง 2) พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และตำแหน่งงานแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน พนักงานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) พนักงานที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสาธารณะแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน 4) พนักงานที่มีเศรษฐฐานะ ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) สามารถพยากรณ์พฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสาธารณะ ได้ร้อยละ 22.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยได้สมการพยากรณ์ในรูปของคะแนนมาตรฐานดังนี้ พฤติกรรมกรรมการบริ โภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม = .157 (การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุโทรทัศน์สาธารณะช่อง NBT) + .346 (การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุโทรทัศน์สาธารณะช่อง TPBS)

The objective of this research are to study 1) The level of perception from public broadcasting services of employees, the socio-economic of employees , the level of eco-friendly product consumption behavior of employees. 2) The Individual factors which affects the eco-friendly product consumption behavior of employees. 3) The perception from public broadcasting services which affects the eco-friendly product consumption behavior of employees. 4) The socio-economic which affects the eco-friendly product consumption behavior of employees. 5) To Predict eco-friendly product consumption behavior according to the perception from public broadcasting services. The sample consisted of 567 employees in Hitach Apparial Company Limited and Hitach Chaiyaphoom Apparial Company Limited. The data was collected by questionnaire. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One - way ANOVA and stepwise multiple regression analysis.

The results found that 1) The employees had a moderate level of perception from public broadcasting services, The socio-economic of employees were monthly wage between 1,000-7,333 baht, the level of education was secondary education and age between 25-34 years, The employees had a moderate level of eco-friendly product consumption behavior. 2) The employees with different age and position didn't have different of eco-friendly products consumption behavior. The employees with different marital statuses had different eco-friendly product consumption behavior at a significance level of .05. 3) The employees with different perceptions from the public broadcasting services didn't have different of eco-friendly products consumption behavior. 4) The socio-economic of employees had different monthly wage, level of education and age. Employees of different socio-economic status had different eco-friendly product consumption behavior at a significance level of .05. 5) The predict eco-friendly product consumption behavior according to the perception from public broadcasting services had 22.2 percentage. I was able to creat a predictive equation of eco-friendly product consumption behavior which can give standard scores of eco-friendly products consumption behavior = .157 (perception from the public broadcasting service of TV. channel NBT) + .346 (perception from the public broadcasting service of TV. channel TPBS).