

นัฐญา วงษ์สวัสดิ์ 2557: การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมสีเขียวของผู้บริโภค
ในประเทศไทย ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจ
การเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:
อาจารย์กุลภา กุลติลภ, Ph.D. 103 หน้า

จากปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงและสร้างความเสียหายอย่างมาก จึงก่อให้เกิด
การตื่นตัวและเป็นที่มาของกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ทุกภาคส่วนให้ความสนใจใน
ขณะนี้ ซึ่งคาดหวังว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมสีเขียวของผู้บริโภคจะเป็นส่วนที่สำคัญในการ
สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สีเขียวที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้มากขึ้น การศึกษานี้มี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมสีเขียว โดยเก็บแบบสอบถามจำนวน
2,500 ชุด จาก 15 จังหวัดสำคัญทั่วประเทศไทย โดยใช้วิธี ในการสุ่มตัวอย่างและวิเคราะห์
โดยใช้แบบจำลองโลจิสติกส์

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสติกส์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรม
สีเขียวเพิ่มขึ้น มากที่สุดคือปัจจัยทางด้านทัศนคติของผู้บริโภค รองลงมาจะเป็นความรู้ทั่วไป
เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ฉลากและมาตรฐาน แรงจูงใจเรื่อง รักสิ่งแวดล้อม/ลดภาวะโลกร้อน
ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้าน generation ได้เปรียบเทียบ generation M,X,Y กับ
generation B เป็นไปในทิศทางลบแสดงให้เห็นว่า generation B มีพฤติกรรมสีเขียวมากกว่า
generation M,X,Y และปัจจัยด้านอาชีพ ได้เปรียบเทียบ อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง พนักงาน
เอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา เมื่อปัจจัยด้านอาชีพ
เป็นไปในทิศทางลบแสดงให้เห็นว่า อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมสีเขียวมากกว่า
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง พนักงานเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้ สำหรับผู้ประกอบการทางธุรกิจ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไป
วิเคราะห์และวางแผนการตลาดเพื่อประกอบการตัดสินใจผลิต ปรับปรุง สินค้าหรือบริการ
สีเขียว และผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดสีเขียว สามารถใช้ปัจจัยเหล่านี้วิเคราะห์
ตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของตนเอง

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก