

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3	
ขอบเขตการศึกษา	14
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	14
3.2 วิธีการศึกษา	15
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	16
3.6 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	16
บทที่ 4	
ผลการศึกษา	17
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ผลการศึกษา (ต่อ)	
4.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	21
4.3 ส่วนที่ 3 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน	30
4.4 ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ	34
4.5 ส่วนที่ 5 ส่วนประสมการตลาดในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ	45
4.6 ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้	49
4.7 ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามรายได้	64
4.8 ส่วนที่ 8 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	68
4.9 ส่วนที่ 9 ส่วนประสมการตลาดในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	78
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	82
5.1 สรุปผลการศึกษา	82
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	90
5.3 ข้อค้นพบ	93
5.4 ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	102
แบบสอบถาม	103
ประวัติผู้เขียน	110

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	7
แสดงคำถาม 7 คำถาม (6W's และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	
ตารางที่ 3.1	15
แสดงการแจกแจงการเก็บตัวอย่าง	
ตารางที่ 4.1	18
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	
ตารางที่ 4.2	18
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	
ตารางที่ 4.3	19
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	
ตารางที่ 4.4	19
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	
ตารางที่ 4.5	20
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	
ตารางที่ 4.6	21
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน	
ตารางที่ 4.7	22
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่ท่าน ซื้อนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ในครัวเรือน	
ตารางที่ 4.8	22
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ท่านซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
ตารางที่ 4.9	23
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นเหตุผลหลักที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในข้อที่ 1 หรือไม่	
ตารางที่ 4.10	23
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะที่ใช้ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
ตารางที่ 4.11	24
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมใน การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการโอภาสในการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำหรือในบางครั้ง	24
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	25
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ท่านตัดสินใจซื้อจากแหล่งจำหน่ายนั้น	26
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อ	26
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ที่ใช้ประเมินการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	27
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง	27
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	28
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปรียบเทียบในเรื่องค่าใช้จ่ายของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกันทั่วไป	28
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจหลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	29
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน	30
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน	31
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน	33
ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามเพศ	34
ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามเพศ	35
ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	36
ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นเหตุผลหลักที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในข้อที่ 1 หรือไม่จำแนกตามเพศ	37
ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ	37
ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ	38
ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำหรือในบางครั้งจำแนกตามเพศ	39
ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ	39
ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ท่านตัดสินใจซื้อจากแหล่งจำหน่ายนั้น จำแนกตามเพศ	40
ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อจำแนกตามเพศ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ที่ใช้ประเมินการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ	42
ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง จำแนกตามเพศ	42
ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง จำแนกตามเพศ	43
ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกัน จำแนกตามเพศ	44
ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจหลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ	44
ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามเพศ	45
ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามเพศ	46
ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามเพศ	47
ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามเพศ	48
ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามรายได้	49
ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามรายได้	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้	52
ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นเหตุผลหลักที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในข้อที่ 1 หรือไม่ จำแนกตามรายได้	53
ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้	54
ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้	54
ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำหรือในบางครั้ง จำแนกตามรายได้	55
ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้	56
ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ท่านตัดสินใจซื้อจากแหล่งจำหน่ายนั้น จำแนกตามรายได้	57
ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อจำแนกตามรายได้	58
ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ที่ใช้ประเมินการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้	59
ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง จำแนกตามรายได้	60
ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง จำแนกตามรายได้	61
ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกัน จำแนกตามรายได้	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจ หลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้	63
ตารางที่ 4.59	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ในครัวเรือนจำแนกตามรายได้	64
ตารางที่ 4.60	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน จำแนกตามรายได้	65
ตารางที่ 4.61	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ในครัวเรือนจำแนกตามรายได้	66
ตารางที่ 4.62	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ในครัวเรือนจำแนกตามรายได้	67
ตารางที่ 4.63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนก ตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	68
ตารางที่ 4.64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ท่านซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	69
ตารางที่ 4.65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นเหตุผลหลักใช่หรือไม่	70
ตารางที่ 4.66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะที่ใช้ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	71
ตารางที่ 4.67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมใน การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามการทราบ ข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.68	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ โอภาสในการ เลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำหรือในบางครั้ง จำแนกตาม การทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	72
ตารางที่ 4.69	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้า ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม	72
ตารางที่ 4.70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ท่าน ตัดสินใจซื้อจากแหล่งจำหน่ายนั้น จำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	73
ตารางที่ 4.71	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อ จำแนกตาม การทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	74
ตารางที่ 4.72	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ที่ใช้ ประเมินการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามการทราบข้อมูล ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	75
ตารางที่ 4.73	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนที่ซื้อในแต่ ละครั้ง จำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	75
ตารางที่ 4.74	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง จำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	76
ตารางที่ 4.75	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกัน จำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	77
ตารางที่ 4.76	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจ หลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามการทราบข้อมูล ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	77
ตารางที่ 4.77	แสดงค่าเฉลี่ยและแปรผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน จำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.78	แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	79
ตารางที่ 4.79	แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	80
ตารางที่ 4.80	แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนจำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	81
ตารางที่ 5.1	สรุปพฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำแนกตามเพศ	83
ตารางที่ 5.2	สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงที่สุดจำแนกตามเพศ	85
ตารางที่ 5.3	สรุปพฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำแนกตามรายได้	86
ตารางที่ 5.4	สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงที่สุดจำแนกตามรายได้	87
ตารางที่ 5.5	สรุปพฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	88
ตารางที่ 5.6	สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงที่สุดจำแนกตามการทราบข้อมูลว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	89