

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

จากสภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้นมาในปัจจุบันนี้ ทำให้คนหันมาให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมของโลกกันมากขึ้น และในประเทศไทยเองได้มีการรณรงค์การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับสภาวะโลกร้อนกันมากในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากมนุษย์ได้เห็นและได้สัมผัสกับผลกระทบนี้กับตัวเอง เช่น พ.ศ. 2548 อากาศใกล้ผิวดินทั่วโลกโดยเฉลี่ยมีค่าสูงขึ้น 0.74 ± 0.18 องศาเซลเซียสและพายุต่างๆมีความรุนแรงขึ้นและมีมากขึ้น (คณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ไอพีซีซี, 2551: ออนไลน์)

นอกจากนี้ยังมีการรณรงค์จากกลุ่มบุคคลหรือองค์กรต่างๆทั่วโลกเกี่ยวกับสภาวะโลกร้อนนี้ เช่น ภาพยนตร์สารคดีซึ่งอำนวยการสร้างโดยอดีตรองประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา อัลเบิร์ต อาร์โนลด์ อัลกอร์ จูเนียร์ หรือ “อัลกอร์” ทำให้ทั่วโลกหันมาสนใจกับภาวะโลกร้อนกันอย่างจริงจังมากขึ้น และการกำหนดวันรณรงค์ทั่วโลกเพื่อต่อสู้ภาวะโลกร้อนในวันที่ 6 ธันวาคม 2551 ของกลุ่มกรีนพีซ (Green Peace) เพื่อให้กลุ่มกรีนพีซทั่วโลกได้มีการเรียกร้องไปยังรัฐบาลของประเทศต่างๆได้มีการตระหนักถึงการแก้ปัญหาโลกร้อนอย่างจริงจังและมีการให้ความรู้กับประชาชนในประเทศนั้นๆเกี่ยวกับการรักษาโลกร้อนในวิธีการต่างๆ (กรีนพีซ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทย, 2551: ออนไลน์)

วิธีหนึ่งที่สามารถปฏิบัติได้ง่ายสำหรับการรักษาโลกร้อนของผู้บริโภคทุกคนก็คือ การใช้สินค้าที่มีฉลากเขียว ฉลากเขียว (Green label หรือ Eco-label) เป็นฉลากที่มีการรับรองว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน โดยประเทศไทยมีโครงการฉลากเขียวซึ่งเป็นโครงการระดับชาติ มาตั้งแต่ปี 2536 ซึ่งได้ริเริ่มมาจากแนวคิดของคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทย โดยมีสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมและสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการ อนุมัติให้ฉลากแก่ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์คุณภาพที่กำหนดไว้ ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ที่ได้ฉลากเขียวแล้ว 39 กลุ่มผลิตภัณฑ์ เช่น หลอดฟลูออเรสเซนต์ยี่ห้อ โตชิบา ฟิลิปส์ แลมป์ตัน ตู้เย็นชาร์ป สีโจตัน เครื่องปรับอากาศมิตซูบิชิ อิเล็กทริก (Mitsubishi Electric) สถานจำหน่ายน้ำมันปตท. รถยนต์เซฟโรเลต (Chevrolet) สบู่มกรีน (Boom Green) เป็นต้น (สำนักงานเลขานุการโครงการฉลากเขียว สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2551: ออนไลน์)

ถึงแม้ว่าฉลากเขียวจะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดภาวะโลกร้อนที่สามารถปฏิบัติได้ง่าย แต่ที่ผ่านมามีได้มีการรณรงค์ให้การบริโภคผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมาโดยตลอด แต่ยังมีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจหรือให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวทำให้นักวิชาการ โครงการฉลากเขียวจึงได้ปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการใช้สินค้าฉลากเขียว โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างความร่วมมือในการสนับสนุนและนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับองค์กรขนาดใหญ่ของประเทศ เพื่อกระตุ้นความต้องการใช้สินค้าฉลากเขียวให้เพิ่มสูงขึ้น (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2547: ออนไลน์)

ดังนั้นผู้ศึกษา จึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อฉลากเขียวของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ว่ามีความรู้ความเข้าใจ และแนวโน้มในการเลือกซื้อในอนาคต เนื่องจากในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและมีการจัดกิจกรรมวัน “สิ่งแวดล้อมรณรงค์โลกร้อน” ในวันที่ 4 ธันวาคม เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์โลกร้อน (ผู้จัดการออนไลน์, 2551: ออนไลน์) และจากการสำรวจพบว่าประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่อายุ 25-50 ปีซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงาน ทราบสาเหตุการเกิดโลกร้อนมากที่สุดถึง ร้อยละ 100 รองลงมาคือกลุ่มเยาวชนที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ทราบร้อยละ 97.50 และกลุ่มผู้ที่มีอายุสูงกว่า 50 ปี ทราบน้อยที่สุด คือร้อยละ 64.00 ซึ่งประชากรทุกกลุ่มอายุ มีความกังวลเกี่ยวกับสภาวะโลกร้อน และจะปฏิบัติตนเพื่อแก้ปัญหาสภาวะโลกร้อนมากถึงร้อยละ 98.80 และมีเพียงร้อยละ 1.20 ที่ไม่รู้สึกกังวล วิธีที่จะปฏิบัติเพื่อการแก้ปัญหาภาวะโลกร้อนมากที่สุด ได้แก่ การปลูกต้นไม้ ร้อยละ 76.60 รองลงไปที่ การไม่เผาใบไม้และขยะ ร้อยละ 69.40 และสิ่งที่ปฏิบัติน้อยที่สุดคือการเปลี่ยนหลอดไส้เป็นหลอดตะเกียบ ร้อยละ 44.60 ซึ่งยังไม่มีการใช้ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวในการแก้ปัญหาโลกร้อนของชาวเชียงใหม่ (สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550: ออนไลน์) และผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถช่วยเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตสินค้าและภาครัฐในการรณรงค์การใช้ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อฉลากเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรม

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อฉลากเขียวของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่
2. เพื่อเป็นแนวทางของผู้ผลิตสินค้าฉลากเขียวและหน่วยงานของรัฐในการสร้างความเข้าใจให้ผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าฉลากเขียว

1.4 นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก ซึ่งมีอิทธิพลก่อให้เกิดแนวโน้มที่จะประกอบพฤติกรรมในแนวทางที่ชอบ

ฉลากเขียว หมายถึง ฉลากที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกันทั้งในการผลิต การขนส่ง และการนำกลับมาใช้ใหม่ โดยที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรม

ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ หมายถึง ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ผู้บริโภคที่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว หมายถึง ผู้บริโภคที่เคยเห็น หรือรู้จักผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวและยังเคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ฉลากเขียว

ผู้บริโภคที่ไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว หมายถึง ผู้บริโภคที่เคย เห็นหรือรู้จักผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวแต่ไม่เคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว