

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการศึกษา ทรรศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อฉลากเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรม ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว และสื่อที่ได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว

ส่วนที่ 2 ทรรศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากเขียว ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว

ส่วนที่ 3 ทรรศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากเขียว ด้านความรู้สึเกี่ยวกับฉลากเขียว

ส่วนที่ 4 ทรรศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากเขียว ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับฉลากเขียว

ส่วนที่ 5 ทรรศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากเขียว ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึ ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	การได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว				รวม
	เคย		ไม่เคย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ชาย	40	20.0	36	18.0	76
หญิง	46	23.0	78	39.0	124
รวม	86	43.0	114	57.0	200

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	การได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว				รวม
	เคย		ไม่เคย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
18-22 ปี	7	3.5	10	5.0	17
23-34 ปี	22	11.0	63	31.5	85
35-50 ปี	51	25.5	31	15.5	82
51 ปีขึ้นไป	6	3.0	10	5.0	16
รวม	86	43.0	114	57.0	200

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 23-34 ปีมากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 35-50 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และที่ไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 อายุ 18-22 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	การได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว				รวม
	เคย		ไม่เคย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	7.5	30	15.0	45
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	51	25.1	57	28.5	108
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	17	8.5	26	13.0	43
สูงกว่าปริญญาโท	3	1.5	1	0.5	4
รวม	86	43.0	114	57.0	200

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า

จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว
จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว
จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโทจำนวน 4 คน คิดเป็น
ร้อยละ 2.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 3 คน คิดเป็น
ร้อยละ 1.5 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ
0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	การได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว				รวม
	เคย		ไม่เคย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นักเรียน/นักศึกษา	4	2.0	3	1.5	7
อาชีพอิสระ /ธุรกิจส่วนตัว	16	8.0	20	10.0	36
ข้าราชการ /พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	6.0	34	17.0	46
พนักงาน /เจ้าหน้าที่บริษัท	51	25.5	57	28.5	108
อื่นๆ*	3	1.5	-	-	3
รวม	86	43.0	114	57.0	200

*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึงอาชีพอื่นๆเช่นพ่อบ้านแม่บ้าน เกษตรกร เป็นต้น

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่บริษัท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 อาชีพอิสระหรือธุรกิจส่วนตัวจำนวน 36 คน คิดเป็น

ร้อยละ 18.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 นักเรียนหรือนักศึกษาจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 เป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวทั้งหมด

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	การได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว				รวม
	เคย		ไม่เคย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	15	7.5	15	7.5	30
10,000 – 15,000 บาท/เดือน	15	7.5	39	19.5	54
15,001 – 20,000 บาท/เดือน	11	5.5	37	18.5	48
20,001 – 25,000 บาท/เดือน	18	9.0	11	5.5	29
25,001 – 30,000 บาท/เดือน	12	6.0	9	4.5	21
มากกว่า 30,000 บาท/เดือน	15	7.5	3	1.5	18
รวม	86	43.0	114	57.0	200

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท ต่อเดือนมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาคือมีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 15.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 29 คน

คิดเป็นร้อยละ 14.5 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาทต่อเดือนจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือนจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 แบ่งเป็นผู้ที่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว

การได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	จำนวน	ร้อยละ
เคย	86	43.0
ไม่เคย	114	57.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 และเคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ได้รับรู้ข่าวสารของข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	16	10.5
วิทยุ	3	2.0
หนังสือพิมพ์	25	16.5
นิตยสาร/วารสาร	21	13.8
เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	22	14.4
งานนิทรรศการ	1	0.7
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	2	1.3
เจ้าหน้าที่ทางราชการ	12	7.9
ป้ายโฆษณา	14	9.2
อินเทอร์เน็ต	36	23.7
รวม	152	100.0

*หมายเหตุ การตอบสื่อที่ได้รับรู้ข่าวสารของข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถตอบได้มากกว่า 1 สื่อ

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวได้รับจากสื่อ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 นิตยสารและวารสารจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 โทรทัศน์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 คน ป้ายโฆษณาจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 เจ้าหน้าที่ทางราชการ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 วิทยุจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 เพื่อนและญาติพี่น้อง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และงานนิทรรศการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

4.2 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากเขียว ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว

คำถาม	เคย	ไม่เคย
	(86 คน)	(114 คน)
	จำนวน	จำนวน
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
1.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	84 (97.7)	102 (89.5)
2.ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	82 (95.4)	92 (80.7)
3.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งทางการตลาดเท่านั้น	50 (58.1)	44 (38.6)
4.กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งของการได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	71 (82.6)	72 (63.2)
5.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้	71 (82.6)	97 (85.1)
6.ฉลากเขียวเป็นรางวัลที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	35 (40.7)	51 (44.7)
7.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต	32 (37.2)	53 (46.5)
8.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุนำกลับมาใช้ใหม่เท่านั้น	50 (58.1)	59 (51.8)
9.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิตเท่านั้น	47 (54.7)	58 (50.9)
10.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในการบรรจุหีบห่อให้น้อยที่สุด	32 (37.2)	58 (50.9)

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นลากเขียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนลากเขียว (ต่อ)

คำถาม	เคย	ไม่เคย
	(86 คน)	(114 คน)
	จำนวน	จำนวน
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
11.นลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต	74 (86.1)	86 (75.4)
12.นลากเขียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้าหรือการตลาด แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศเท่านั้น	57 (66.3)	83 (72.8)

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นลากเขียว มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์นลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” มีผู้ตอบถูกจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 ข้อความที่กล่าวว่า “นลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภครายว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 95.4 และข้อความที่กล่าวว่า “นลากเขียวเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต” มีผู้ตอบถูกจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 86.1

ผู้ที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นลากเขียว มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์นลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” มีผู้ตอบถูกจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 88.6 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์นลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 85.1 และข้อความที่กล่าวว่า “นลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภครายว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 80.7

จากผลการตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียวตามตารางที่ 8 มีคำถามจำนวน 13 ข้อ ถ้าตอบถูกได้ข้อละ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดได้ 0 คะแนน ได้ผลการวัดระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค ดังรายละเอียดในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำแนกตามความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว

เกณฑ์วัดระดับความรู้ความเข้าใจ			เคย (86 คน)	ไม่เคย (114 คน)
คะแนน	ร้อยละ	ระดับ	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
9-12	75% - 100%	มีความรู้ความเข้าใจมาก	38 (44.2)	34 (29.8)
6-8	50% - 74%	มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง	37 (43.0)	63 (55.3)
0-5	ต่ำกว่า 50%	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	11 (12.8)	17 (14.9)
รวม			86 (100.0)	114 (100.0)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจปานกลาง มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวผู้บริโภคที่เคยและไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว โดยวิธีการทางสถิติ T-test

Independent Samples Test		Levene's Test for Equality of Variances		Levene's Test for Equality of Variances		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
ตอบถูก	Equal variances assumed	7.227	.008	1.536	198	.126
	Equal variances not assumed			1.597	198.0	.112

*significant ณ ระดับ α (ระดับนัยสำคัญ) = .05

สมมุติฐานทางสถิติ

$$H_0: \mu_{\text{เคย}} = \mu_{\text{ไม่เคย}}$$

ผู้บริโภคที่เคยและไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีความเข้าใจไม่ต่างกัน

$$H_1: \mu_{\text{เคย}} \neq \mu_{\text{ไม่เคย}}$$

ผู้บริโภคที่เคยและไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีความเข้าใจต่างกัน

P(ความน่าจะเป็น) = .112 α (ระดับนัยสำคัญ) = .05 ดังนั้น ค่า P มากกว่าค่า α (เท่ากับ ไม่ Sig) จึงยอมรับ H_0

สรุปได้ว่าผู้บริโภคที่เคยและไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากเขียว ด้านความรู้เกี่ยวกับฉลากเขียว

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 86 คน

ความรู้เกี่ยวกับฉลากเขียว	ระดับความรู้					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีราคาแพงเกินไป	-	18 (21.0)	33 (38.4)	32 (37.2)	3 (3.5)	2.86	ไม่แน่ใจ
2. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด	16 (18.6)	61 (70.9)	9 (10.5)	-	-	4.06	เห็นด้วย
3. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ	18 (20.9)	47 (54.7)	21 (24.4)	-	-	3.97	เห็นด้วย
4. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวหาซื้อได้ยาก	12 (14.0)	38 (44.2)	18 (20.9)	14 (16.3)	-	3.49	ไม่แน่ใจ
5. ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ	12 (14.0)	58 (67.4)	13 (15.1)	3 (3.5)	-	3.90	เห็นด้วย
6. การใช้ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะช่วยผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	36 (41.9)	24 (27.9)	11 (12.8)	15 (17.4)	-	3.93	เห็นด้วย
7. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทุนคุ้มค่าที่สุดต่อการใช้งาน	13 (15.1)	36 (41.9)	32 (37.2)	5 (5.8)	-	3.64	เห็นด้วย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลตกเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว จำนวน 86 คน (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อผลตกเขียว	ระดับความรู้สึก					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
8. ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว	32 (37.2)	36 (41.9)	18 (20.9)	-	-	4.14	เห็นด้วย
9. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้	25 (29.1)	37 (43.0)	21 (24.4)	3 (3.5)	-	3.98	เห็นด้วย
10. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น	46 (53.5)	26 (30.2)	11 (12.8)	3 (3.5)	-	4.31	เห็นด้วย
11. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง	38 (44.2)	36 (41.9)	12 (14.0)	-	-	4.28	เห็นด้วย
12. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวอย่างเพียงพอ	11 (12.8)	24 (27.9)	15 (17.4)	18 (20.9)	-	2.97	ไม่แน่ใจ
13. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวเป็นทางเลือกของคนรักสุขภาพและสิ่งแวดล้อม	10 (11.6)	47 (54.7)	15 (17.4)	10 (11.6)	-	3.58	เห็นด้วย
14. หากเป็นผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว ท่านยินดีที่จะจ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป	9 (10.5)	41 (47.7)	27 (31.4)	9 (10.5)	-	3.62	เห็นด้วย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 86 คน (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อฉลากเขียว	ระดับความรู้สึก					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
15.กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	18 (20.9)	33 (38.4)	22 (25.6)	13 (15.1)	-	3.63	เห็นด้วย
16.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้	18 (20.9)	54 (62.8)	14 (16.3)	-	-	4.02	เห็นด้วย
17.ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	18 (20.9)	30 (34.9)	28 (32.6)	7 (8.1)	3 (3.5)	3.62	เห็นด้วย
18.โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	29 (33.7)	50 (58.1)	7 (8.1)	-	-	4.26	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม						3.79	เห็นด้วย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 86 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ข้อความที่กล่าวว่า “โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 แต่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นไม่แน่ใจกับข้อความที่กล่าวว่า “ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีราคาแพงเกินไป” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 114 คน

ความรู้สึกที่มีต่อฉลากเขียว	ระดับความรู้สึก					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีราคาแพงเกินไป	-	9 (7.9)	90 (79.9)	14 (12.3)	1 (0.9)	2.94	ไม่ แน่ใจ
2.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด	6 (5.6)	41 (36.0)	63 (55.3)	4 (3.5)	-	3.42	ไม่ แน่ใจ
3.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคุณภาพตรงความต้องการ	5 (4.4)	50 (43.9)	59 (51.8)	-	-	3.53	เห็น ด้วย
4.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวหาซื้อได้ยาก	6 (5.3)	55 (48.3)	53 (46.5)	-	-	3.55	เห็น ด้วย
5.ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ	41 (36.0)	36 (31.6)	28 (24.6)	9 (7.9)	-	3.99	เห็น ด้วย
6.การใช้ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะช่วยผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	8 (7.0)	31 (27.2)	71 (62.3)	4 (3.5)	-	3.39	ไม่ แน่ใจ
7.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทุนคุ้มค่าต่อการใช้งาน	-	36 (31.6)	73 (64.0)	5 (4.4)	-	3.25	ไม่ แน่ใจ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลตกเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว จำนวน 114 คน (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อผลตกเขียว	ระดับความรู้สึก					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
8. ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว	5 (4.4)	63 (55.3)	46 (40.4)	-	-	3.63	เห็นด้วย
9. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้	7 (6.1)	65 (57.0)	39 (34.2)	3 (2.6)	-	3.68	เห็นด้วย
10. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น	6 (5.3)	89 (78.1)	19 (1.7)	-	-	3.88	เห็นด้วย
11. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง	14 (12.3)	68 (59.7)	32 (28.1)	-	-	3.84	เห็นด้วย
12. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวอย่างเพียงพอ	27 (23.7)	9 (7.9)	23 (20.2)	39 (34.2)	16 (14.0)	2.91	ไม่แน่ใจ
13. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวเป็นทางเลือกของคนรักสุขภาพและสิ่งแวดล้อม	21 (18.4)	56 (49.1)	21 (18.4)	16 (14.0)	-	3.68	เห็นด้วย
14. หากเป็นผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว ท่านยินดีที่จะจ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป	3 (2.6)	30 (26.3)	41 (36.0)	37 (32.6)	3 (2.6)	2.93	ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 114 คน (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อฉลากเขียว	ระดับความรู้สึก					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
15.กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	8 (7.0)	58 (50.9)	48 (42.1)	-	-	3.65	เห็นด้วย
16.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้	12 (10.5)	72 (63.2)	20 (17.5)	6 (5.3)	4 (3.5)	3.68	เห็นด้วย
17.ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	3 (2.6)	15 (13.2)	53 (49.5)	9 (7.9)	34 (29.8)	2.52	ไม่แน่ใจ
18.โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	17 (14.9)	52 (45.6)	41 (36.0)	1 (0.9)	-	3.68	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม						3.45	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจำนวน 114 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจกับข้อความที่กล่าวว่า “ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52

ตารางที่ 13 แสดงผลการทดสอบทางสถิติ t-test ของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว

ความรู้สึกที่มีต่อฉลากเขียว	เคย (86 คน)	ไม่เคย (114 คน)	T	Sig. (2-tailed)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
1. ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีราคาแพงเกินไป	2.86 (ไม่แน่ใจ)	2.94 (ไม่แน่ใจ)	-.32	.75
2. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด	4.06 (เห็นด้วย)	3.42 (ไม่แน่ใจ)	7.66	.00*
3. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ	3.97 (เห็นด้วย)	3.53 (เห็นด้วย)	4.92	.00*
4. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวหาซื้อได้ยาก	3.49 (ไม่แน่ใจ)	3.55 (เห็นด้วย)	-.64	.52
5. ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ	3.90 (เห็นด้วย)	3.99 (เห็นด้วย)	-.58	.56
6. การใช้ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	3.93 (เห็นด้วย)	3.39 (ไม่แน่ใจ)	4.43	.00*
7. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทนคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.64 (เห็นด้วย)	3.25 (ไม่แน่ใจ)	4.42	.00*
8. ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	4.14 (เห็นด้วย)	3.63 (เห็นด้วย)	5.72	.00*

*significant ณ ระดับ α (ระดับนัยสำคัญ) = .05

ตารางที่ 13 แสดงผลการทดสอบทางสถิติ t-test ของระดับความรู้เกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว (ต่อ)

ความรู้ที่เกี่ยวกับฉลากเขียว	เคย (86 คน)	ไม่เคย (114 คน)	t	Sig. (2-tailed)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
9. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้	3.98 (เห็นด้วย)	3.68 (เห็นด้วย)	2.79	.01*
10. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น	4.31 (เห็นด้วย)	3.88 (เห็นด้วย)	4.88	.00*
11. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง	4.28 (เห็นด้วย)	3.84 (เห็นด้วย)	4.91	.00*
12. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ	2.97 (ไม่แน่ใจ)	2.91 (ไม่แน่ใจ)	0.13	.89
13. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดล้อม	3.58 (เห็นด้วย)	3.68 (เห็นด้วย)	-0.92	.35
14. หากเป็นผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ท่านยินดีที่จะจ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป	3.62 (เห็นด้วย)	2.93 (ไม่แน่ใจ)	5.24	.00*
15. กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.63 (เห็นด้วย)	3.65 (เห็นด้วย)	-0.08	.93
16. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวช่วยปลูกฝังให้มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้	4.02 (เห็นด้วย)	3.68 (เห็นด้วย)	3.12	.00*
17. ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	3.62 (เห็นด้วย)	2.52 (ไม่แน่ใจ)	7.00	.00*
18. โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	4.26 (เห็นด้วย)	3.68 (เห็นด้วย)	5.42	.00*
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (เห็นด้วย)	3.45 (เห็นด้วย)	-	-

*significant ณ ระดับ α (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่าการทดสอบทางสถิติ t-test ของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับ
ฉลาดเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
ฉลาดเขียว ได้ผลการทดสอบดังนี้

สมมติฐานทางสถิติ

$$H_0: \mu_{\text{เคย}} = \mu_{\text{ไม่เคย}}$$

ผู้บริโภคที่เคยและไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
ฉลาดเขียวมีความรู้สึกไม่ต่างกัน

$$H_1: \mu_{\text{เคย}} \neq \mu_{\text{ไม่เคย}}$$

ผู้บริโภคที่เคยและไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
ฉลาดเขียวมีความรู้สึกต่างกัน

ความรู้สึกเกี่ยวกับฉลาดเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยได้รับรู้
ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว มีความต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ใน
ข้อความที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด, ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวมีคุณภาพตรงกับ
ความต้องการ, การใช้ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า,
ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทนคุ้มค่าต่อการใช้งาน, ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของ
ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว, ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้,
ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น, ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว
สามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง, หากเป็นผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว ท่านยินดีที่จะ
จ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป, ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วม
รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้, ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว และข้อความที่กล่าวว่า
โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว โดยผู้ที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว จะมีความรู้สึกเห็นด้วยมากกว่า ส่วนในเรื่องอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคย
และไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว มีความรู้สึกไม่ต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากเขียว ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับฉลากเขียว

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว

แนวโน้มพฤติกรรม	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.ปัจจุบันที่บ้านท่านมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	57 (66.3)	25 (29.1)	4 (4.7)	86 (100.0)
2.ถ้าท่านมีโอกาสท่านจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	72 (83.7)	14 (16.3)	-	86 (100.0)
3.การซื้อสินค้าครั้งต่อไปท่านจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	73 (84.9)	10 (11.6)	3 (3.5)	86 (100.0)
4.ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม	79 (91.9)	7 (8.1)		86 (100.0)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 และไม่มีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้าน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 83.7 และไม่แน่ใจจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 84.9 ไม่แน่ใจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 และไม่พิจารณาจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 91.9 และไม่แน่ใจจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวโน้มพฤติกรรม	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.ปัจจุบันที่บ้านท่านมีผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม	12 (10.5)	61 (53.5)	41 (36.0)	114 (100.0)
2.ถ้าท่านมีโอกาสท่านจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม	75 (65.8)	30 (26.4)	9 (7.9)	114 (100.0)
3.การซื้อสินค้าครั้งต่อไปท่านจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม	64 (56.1)	46 (40.4)	4 (3.5)	114 (100.0)
4.ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม	86 (75.4)	28 (24.6)	-	114 (100.0)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามที่บ้านจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามที่บ้านจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และไม่มีผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามที่บ้าน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 คิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 และไม่แน่ใจจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 ไม่แน่ใจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 และไม่พิจารณา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผลผลิตของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 75.4 และไม่แน่ใจจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6

4.5 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากเขียว ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านแนวโน้ม พฤติกรรมเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามอายุ

คำถาม	อายุ		
	18-22 ปี (7 คน)	23-34 ปี (22 คน)	35 ปีขึ้นไป (57 คน)
1.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	6 (85.7)	22 (100.0)	56 (98.2)
2.ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	6 (85.7)	22 (100.0)	54 (94.7)
3.ฉลากเขียวเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งทางการตลาดเท่านั้น	4 (57.1)	12 (54.6)	35 (61.4)
4.กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งที่ของการได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	7 (100.0)	19 (86.4)	45 (78.9)
5.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายนต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้	7 (100.0)	19 (86.4)	45 (78.9)
6.ฉลากเขียวเป็นรางวัลที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	4 (57.1)	10 (45.5)	20 (35.1)
7.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต	4 (57.1)	4 (18.2)	25 (43.9)
8.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุนำกลับมาใช้ใหม่เท่านั้น	6 (85.7)	12 (54.6)	34 (62.8)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามอายุ (ต่อ)

คำถาม	อายุ		
	18-22 ปี (7 คน)	23-34 ปี (22 คน)	35 ปีขึ้นไป (57 คน)
9.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิตเท่านั้น	4 (57.1)	9 (40.9)	34 (59.7)
10.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในการบรรจุหีบห่อให้น้อยที่สุด	1 (14.3)	9 (40.9)	18 (31.6)
11.ฉลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านการการผลิต	6 (85.7)	16 (72.7)	51 (89.5)
12.ฉลากเขียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้า แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศ เท่านั้น	5 (71.4)	12 (54.6)	44 (77.2)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-22 ปีที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 7 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องความที่กล่าวว่า “กระบวนการนำมาใช้ใหม่ (Recycle) เป็นส่วนหนึ่งของการได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” และ “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในการบรรจุหีบห่อให้น้อยที่สุด” มีผู้ตอบถูกจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 23-34 ปีที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 22 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” และข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์

เน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต” มีผู้ตอบถูกจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลากเขียวมีจำนวน 57 คนมีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” มีผู้ตอบถูกจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 98.2 ข้อความที่กล่าวว่า “จลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต” มีผู้ตอบถูกจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 94.7 และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6

จากผลการตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจลากเขียวตามตารางที่ 24 มีคำถามจำนวน 13 ข้อ ถ้าตอบถูกได้ข้อละ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดได้ 0 คะแนน ได้ผลการวัดระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค ดังรายละเอียดในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามอายุ

เกณฑ์วัดระดับความรู้ความเข้าใจ			อายุ		
คะแนน	ร้อยละ	ระดับ	18-22 ปี (7 คน)	23-34 ปี (22 คน)	35 ปีขึ้นไป (57 คน)
9-12	75% -100%	มีความรู้ความเข้าใจมาก	4 (57.1)	6 (27.3)	28 (49.1)
6-8	50% - 74%	มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง	2 (28.6)	13 (59.1)	22 (38.6)
0-5	ต่ำกว่า 50%	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	1 (14.3)	3 (13.6)	7 (12.3)
รวม			7 (100.0)	22 (100.0)	57 (100.0)

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-22 ปี ที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 7 คน ที่มีระดับความรู้ความเข้าใจมากเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจปานกลาง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 23-34 ปี ที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 22 คน ที่มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 57 คน ที่มีความรู้ความเข้าใจระดับมากเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจปานกลาง มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้
ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว
จำแนกตามอายุ

คำถาม	อายุ		
	18-22 ปี (10 คน)	23-34 ปี (63 คน)	35 ปีขึ้นไป (41 คน)
1.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	10 (100.0)	53 (84.1)	39 (95.1)
2.ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	7 (70.0)	50 (79.4)	35 (85.4)
3.ฉลากเขียวเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งทางการตลาดเท่านั้น	2 (20.0)	28 (44.4)	14 (34.1)
4.กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งที่ของการได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	6 (60.0)	47 (74.6)	17 (41.5)
5.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้	10 (100.0)	52 (82.5)	35 (85.4)
6.ฉลากเขียวเป็นรางวัลที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	4 (40.0)	27 (42.9)	20 (48.8)
7.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต	5 (50.0)	27 (42.9)	21 (51.2)
8.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุนำกลับมาใช้ใหม่เท่านั้น	4 (40.0)	32 (50.8)	23 (56.1)
9.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิตเท่านั้น	4 (40.0)	35 (55.6)	19 (46.3)
10.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในการบรรจุหีบห่อให้น้อยที่สุด	3 (30.0)	31 (49.2)	24 (58.5)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามอายุ (ต่อ)

คำถาม	อายุ		
	18-22 ปี (10 คน)	23-34 ปี (63 คน)	35 ปีขึ้นไป (41 คน)
11. ฉลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกัน รักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต	9 (90.0)	50 (79.4)	27 (65.9)
12. ฉลากเขียว ไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทาง การค้า แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุง สภาพแวดล้อมภายในประเทศ เท่านั้น	7 (70.0)	43 (68.3)	33 (80.5)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-22 ปีที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 10 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” และ “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากันและข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งทางการตลาดเท่านั้น” มีผู้ตอบถูกจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 23-34 ปีที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 63 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” มีผู้ตอบถูกจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 84.1 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 82.5 และข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียวเป็นรางวัลที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต” ผู้ตอบถูกจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวมีจำนวน 41 คนมีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” มีผู้ตอบถูกจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 95.1 ข้อความที่กล่าวว่า “ฉลาดเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต” และ “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 85.4 เท่ากันและข้อความที่กล่าวว่า “ฉลาดเขียวเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งทางการตลาดเท่านั้น” มีผู้ตอบถูกจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1

จากผลการตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลาดเขียวตามตารางที่ 24 มีคำถามจำนวน 13 ข้อ ถ้าตอบถูกได้ข้อละ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดได้ 0 คะแนน ได้ผลการวัดระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค ดังรายละเอียดในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามอายุ

เกณฑ์วัดระดับความรู้ความเข้าใจ			อายุ		
คะแนน	ร้อยละ	ระดับ	18-22 ปี (10 คน)	23-34 ปี (63 คน)	35 ปีขึ้นไป (41 คน)
9-12	75% -100%	มีความรู้ความเข้าใจมาก	2 (20.0)	23 (36.5)	9 (22.0)
6-8	50% - 74%	มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง	7 (70.0)	31 (49.2)	26 (63.4)
0-5	ต่ำกว่า 50%	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	1 (10.0)	9 (14.3)	6 (14.6)
รวม			10 (100.0)	63 (100.0)	41 (100.0)

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-22 ปี ที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 10 คน ที่มีระดับความรู้ความเข้าใจปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 23-34 ปี ที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 63 คน ที่มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 41 คน ที่มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลล้ากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลล้ากเขียว จำแนกตามอายุ

ความรู้สึกที่มีต่อผลล้ากเขียว	อายุ		
	18-22 ปี (7 คน)	23-34 ปี (22 คน)	35 ปีขึ้นไป (57 คน)
1.ท่านคิดว่าราคาของผลล้ากเขียวมีราคาแพงเกินไป	3.43 (ไม่แน่ใจ)	3.09 (ไม่แน่ใจ)	2.70 (ไม่แน่ใจ)
2.ผลล้ากเขียวมิให้เล็อกน้อยชนิด	3.86 (เห็นด้วย)	4.18 (เห็นด้วย)	4.04 (เห็นด้วย)
3.ผลล้ากเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ	3.86 (เห็นด้วย)	4.05 (เห็นด้วย)	3.95 (เห็นด้วย)
4.ผลล้ากเขียวหาซื้อได้ยาก	3.14 (ไม่แน่ใจ)	3.45 (ไม่แน่ใจ)	3.54 (เห็นด้วย)
5.ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลล้ากเขียวอย่างเพียงพอ	3.86 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)
6.การใช้ผลล้ากเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	3.86 (เห็นด้วย)	3.27 (ไม่แน่ใจ)	4.19 (เห็นด้วย)
7.ผลล้ากเขียวเป็นผลล้ากที่คงทนคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.29 (ไม่แน่ใจ)	3.23 (ไม่แน่ใจ)	3.84 (เห็นด้วย)
8.ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลล้ากเขียว	3.57 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)	4.21 (เห็นด้วย)
9.ผลล้ากเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้	3.86 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	4.04 (เห็นด้วย)
10.ผลล้ากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	3.71 (เห็นด้วย)	3.95 (เห็นด้วย)	4.53 (เห็นด้วยอย่างยั้ง)
11.ผลล้ากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง	3.86 (เห็นด้วย)	3.95 (เห็นด้วย)	4.46 (เห็นด้วย)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อผลลากเขียว	อายุ		
	18-22 ปี (7 คน)	23-34 ปี (22 คน)	35 ปีขึ้นไป (57 คน)
12. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวอย่างเพียงพอ	3.00 (ไม่แน่ใจ)	3.00 (ไม่แน่ใจ)	2.95 (ไม่แน่ใจ)
13. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดล้อม	3.14 (ไม่แน่ใจ)	3.59 (เห็นด้วย)	3.63 (เห็นด้วย)
14. หากเป็นผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว ท่านยินดีที่จะจ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป	3.57 (เห็นด้วย)	3.55 (เห็นด้วย)	3.61 (เห็นด้วย)
15. กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.29 (ไม่แน่ใจ)	3.18 (ไม่แน่ใจ)	3.84 (เห็นด้วย)
16. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้	3.29 (ไม่แน่ใจ)	3.77 (เห็นด้วย)	4.21 (เห็นด้วย)
17. ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว	3.43 (ไม่แน่ใจ)	3.32 (ไม่แน่ใจ)	3.75 (เห็นด้วย)
18. โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว	3.71 (เห็นด้วย)	4.09 (เห็นด้วย)	4.39 (เห็นด้วย)
เฉลี่ย(รวม)	3.54 (เห็นด้วย)	3.63 (เห็นด้วย)	3.87 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 18-22 ปีที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว จำนวน 7 คนมีระดับความรู้สึกต่อผลลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.54 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ” “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวอย่างเพียงพอ” “การใช้ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า” “ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษา

สิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น” และข้อความที่กล่าวว่า “โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 23-34 ปีที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 22 คนมีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.63 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมิให้เลือนหายชนิด” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ข้อความที่กล่าวว่า “ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ข้อความที่กล่าวว่า “โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 57 คนมีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.87 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยอย่างยิ่งกับ “ข้อความที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และข้อความที่กล่าวว่า “โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลตกเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว จำแนกตามอายุ

ความรู้สึกที่มีต่อผลตกเขียว	อายุ		
	18-22 ปี (10 คน)	23-34 ปี (63 คน)	35 ปีขึ้นไป (41 คน)
1. ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวมีราคาแพงเกินไป	3.10 (ไม่แน่ใจ)	2.86 (ไม่แน่ใจ)	3.02 (ไม่แน่ใจ)
2. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด	3.20 (ไม่แน่ใจ)	3.48 (เห็นด้วย)	3.39 (ไม่แน่ใจ)
3. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ	3.20 (ไม่แน่ใจ)	3.44 (ไม่แน่ใจ)	3.73 (เห็นด้วย)
4. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวหาซื้อได้ยาก	3.60 (เห็นด้วย)	3.63 (เห็นด้วย)	3.41 (ไม่แน่ใจ)
5. ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวอย่างเพียงพอ	4.00 (เห็นด้วย)	4.06 (เห็นด้วย)	3.88 (เห็นด้วย)
6. การใช้ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	3.20 (ไม่แน่ใจ)	3.40 (ไม่แน่ใจ)	3.41 (ไม่แน่ใจ)
7. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทนคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.70 (เห็นด้วย)	3.21 (ไม่แน่ใจ)	3.22 (ไม่แน่ใจ)
8. ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว	3.80 (เห็นด้วย)	3.62 (เห็นด้วย)	3.61 (เห็นด้วย)
9. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้	3.30 (ไม่แน่ใจ)	3.67 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)
10. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	3.60 (เห็นด้วย)	3.84 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)
11. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง	3.70 (เห็นด้วย)	3.75 (เห็นด้วย)	4.02 (เห็นด้วย)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อผลลากเขียว	อายุ		
	18-22 ปี (10 คน)	23-34 ปี (63 คน)	35 ปีขึ้นไป (41 คน)
12. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวอย่างเพียงพอ	2.50 (ไม่แน่ใจ)	2.83 (ไม่แน่ใจ)	3.15 (ไม่แน่ใจ)
13. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดล้อม	3.50 (เห็นด้วย)	3.59 (เห็นด้วย)	3.88 (เห็นด้วย)
14. หากเป็นผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว ท่านยินดีที่จะจ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป	3.30 (ไม่แน่ใจ)	2.98 (ไม่แน่ใจ)	2.76 (ไม่แน่ใจ)
15. กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.30 (ไม่แน่ใจ)	3.67 (เห็นด้วย)	3.71 (เห็นด้วย)
16. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้	3.40 (ไม่แน่ใจ)	3.63 (เห็นด้วย)	3.83 (เห็นด้วย)
17. ส่วนใหญ่ผู้รู้จักผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว	2.30 (ไม่เห็นด้วย)	2.65 (ไม่แน่ใจ)	2.37 (ไม่เห็นด้วย)
18. โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว	3.60 (เห็นด้วย)	3.59 (เห็นด้วย)	3.83 (เห็นด้วย)
เฉลี่ย(รวม)	3.35 (ไม่แน่ใจ)	3.44 (ไม่แน่ใจ)	3.50 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 18-22 ปีที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว จำนวน 10 คน มีระดับความรู้สึกต่อผลลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ย 3.35 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวอย่างเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทนคุ้มค่าต่อการใช้งาน” และข้อความที่

กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 23-34 ปีที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 63 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ย 3.44 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 41 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.50 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่ง ของคนรักสุขภาพตนเองและสิ่งแวดล้อม” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำแนกตามอายุ

แนวโน้มพฤติกรรม		อายุ		
		18-22 ปี (7 คน)	23-34 ปี (22 คน)	35 ปีขึ้นไป (57 คน)
1. ปัจจุบันที่บ้านท่านมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	2 (28.6)	17 (77.3)	38 (66.7)
	ไม่แน่ใจ	2 (28.6)	4 (18.2)	19 (33.3)
	ไม่ใช่	3 (42.6)	1 (4.6)	-
2. ถ้าท่านมีโอกาสท่านจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	3 (42.6)	15 (68.2)	54 (94.7)
	ไม่แน่ใจ	4 (57.1)	7 (31.8)	3 (5.3)
	ไม่ใช่	-	-	-
3. การซื้อสินค้าครั้งต่อไปท่านจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	2 (28.6)	15 (68.2)	56 (98.2)
	ไม่แน่ใจ	4 (57.1)	6 (27.3)	-
	ไม่ใช่	1 (14.3)	1 (4.6)	1 (1.8)
4. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม	ใช่	3 (42.6)	19 (86.4)	57 (100.0)
	ไม่แน่ใจ	4 (57.1)	3 (13.6)	-

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-22 ปีที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 7 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และไม่มีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 และไม่แน่ใจจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ไม่แน่ใจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 และไม่แน่ใจจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 23-34 ปีที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจำนวน 22 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 ไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และไม่มีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้าน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 และไม่แน่ใจจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 ไม่แน่ใจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และไม่พิจารณา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 และไม่แน่ใจจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจำนวน 57 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 94.7 และไม่แน่ใจจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 98.2 ไม่พิจารณา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำแนกตามอายุ

แนวโน้มพฤติกรรม		อายุ		
		18-22 ปี (10คน)	23-34 ปี (63คน)	35 ปีขึ้นไป (41คน)
1.ปัจจุบันที่บ้านท่านมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	-	6 (9.5)	6 (14.6)
	ไม่แน่ใจ	8 (80.0)	31 (49.2)	22 (53.7)
	ไม่ใช่	2 (20.0)	26 (41.3)	13 (31.7)
2.ถ้าท่านมีโอกาสท่านจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	10 (100.0)	38 (60.3)	27 (65.9)
	ไม่แน่ใจ	-	18 (28.6)	12 (29.3)
	ไม่ใช่	-	7 (11.1)	2 (4.9)
3.การซื้อสินค้าครั้งต่อไปท่านจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	6 (60.0)	33 (52.4)	25 (60.9)
	ไม่แน่ใจ	4 (40.0)	26 (41.3)	16 (39.0)
	ไม่ใช่	-	4 (6.4)	-
4.ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม	ใช่	9 (90.0)	49 (77.8)	28 (68.3)
	ไม่แน่ใจ	1 (10.0)	14 (22.2)	12 (29.3)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18-22 ปีที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 10 คน ปัจจุบันไม่มีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้าน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 และไม่แน่ใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวในการซื้อสินค้า ครั้งต่อไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ไม่แน่ใจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และไม่แน่ใจจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23-34 ปีที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ฉลากเขียวจำนวน 63 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ไม่ แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 และไม่มีผลิตภัณฑ์ฉลาก เขียวที่บ้าน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนใน ครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 ไม่แน่ใจจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และจะไม่พิจารณา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวในการ ซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 ไม่แน่ใจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 41.27 และจะไม่พิจารณา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 และไม่แน่ใจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจำนวน 41 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้าน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อย ละ 14.6 ไม่แน่ใจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 และไม่มีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวที่บ้านจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือ คนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อย ละ 65.9 ไม่แน่ใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และไม่แนะนำ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ

4.9 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 และไม่พิจารณา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 และไม่แน่ใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามระดับการศึกษา

คำถาม	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (15คน)	ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า (51คน)	ปริญญาโท ขึ้นไป (20คน)
1.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	15 (100.0)	51 (100.0)	18 (90.0)
2.ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	15 (100.0)	48 (94.1)	19 (95.0)
3.ฉลากเขียวเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งทางการตลาดเท่านั้น	9 (60.0)	31 (60.8)	10 (50.0)
4.กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งที่ของการได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	12 (80.0)	42 (82.4)	18 (90.0)
5.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้	12 (80.0)	42 (82.4)	16 (80.0)
6.ฉลากเขียวเป็นรางวัลที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	3 (20.0)	24 (47.1)	10 (50.0)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลาดเขียว จำแนกตามระดับการศึกษา(ต่อ)

คำถาม	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (15คน)	ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า (51คน)	ปริญญาโท ขึ้นไป (20คน)
7.ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต	3 (20.0)	21 (41.2)	7 (35.0)
8.ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุนำกลับมาใช้ใหม่เท่านั้น	3 (60.0)	19 (63.3)	13 (65.0)
9.ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิตเท่านั้น	9 (60.0)	13 (43.3)	11 (55.0)
10.ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในการบรรจุหีบห่อให้น้อยที่สุด	9 (60.0)	9 (30.0)	5 (25.0)
11.ฉลาดเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต	9 (60.0)	24 (80.0)	17 (85.0)
12.ฉลาดเขียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการคิดกันทางการค้า แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศ เท่านั้น	6 (40.0)	22 (73.3)	14 (70.0)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาด้านปริญญาตรีที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวมีจำนวน 15 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” และข้อความที่กล่าวว่า “ฉลาดเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งของ การได้มา

จากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายน้อยกว่าสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 51 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” มีผู้ตอบถูกจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 94.1 ข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านการผลิต” มีผู้ตอบถูกจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 92.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 20 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.0 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” และ “กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งของการได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีผู้ตอบถูกจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0

จากผลการตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียวตามตารางที่ 32 มีคำถามจำนวน 12 ข้อ ถ้าตอบถูกได้ข้อละ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดได้ 0 คะแนน ได้ผลการวัดระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค ดังรายละเอียดในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามระดับการศึกษา

เกณฑ์วัดระดับความรู้ความเข้าใจ			ระดับการศึกษา		
คะแนน	ร้อยละ	ระดับ	ต่ำกว่าปริญญาตรี (15คน)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (51คน)	ปริญญาโทขึ้นไป (20คน)
9-12	75% -100%	มีความรู้ความเข้าใจมาก	6 (40.0)	29 (56.9)	4 (20.0)
6-8	50% - 74%	มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง	3 (20.0)	19 (37.3)	14 (70.0)
0-5	ต่ำกว่า 50%	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	6 (40.0)	6 (11.8)	2 (10.0)
รวม			15 (100.0)	15 (100.0)	15 (100.0)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 15 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากและไม่มีความรู้เกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และมีความรู้ความเข้าใจปานกลาง มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 51 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจปานกลาง มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาโทขึ้นไป ที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 20 คน มีความรู้ความเข้าใจปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามระดับการศึกษา

คำถาม	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (30 คน)	ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า (57 คน)	ปริญญาโท ขึ้นไป (27 คน)
1.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	30 (100.0)	51 (89.5)	21 (77.8)
2.ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	25 (83.3)	50 (87.7)	18 (66.7)
3.ฉลากเขียวเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งทางการตลาดเท่านั้น	11 (36.4)	22 (38.6)	10 (37.0)
4.กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งของที่ได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	19 (63.3)	41 (71.9)	13 (48.1)
5.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้	26 (86.7)	51 (89.5)	19 (70.4)
6.ฉลากเขียวเป็นรางวัลที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	6 (23.3)	18 (31.6)	27 (100.0)
7.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต	16 (53.3)	26 (45.6)	9 (33.3)
8.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุนำกลับมาใช้ใหม่เท่านั้น	4 (40.0)	33 (57.9)	5 (18.5)
9.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิตเท่านั้น	4 (40.0)	40 (70.2)	6 (22.2)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลาดเจียวจำแนกตามระดับการศึกษา(ต่อ)

คำถาม	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (30 คน)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (57 คน)	ปริญญาโทขึ้นไป (27 คน)
10.ผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในการบรรจุหีบห่อให้น้อยที่สุด	3 (30.0)	31 (54.4)	18 (66.7)
11.ฉลาดเจียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งซึ่งช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต	9 (90.0)	38 (66.7)	21 (77.8)
12.ฉลาดเจียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้า แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศ เท่านั้น	7 (70.0)	38 (66.7)	21 (77.8)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวมีจำนวน 30 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” ผู้ตอบถูกจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 86.67 ข้อความที่กล่าวว่า “ฉลาดเจียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวมีจำนวน 57 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า

ผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 89.47 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “จลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 87.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลากเขียวมีจำนวน 27 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” “จลากเขียวเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางารผลิต” และข้อความที่กล่าวว่า “จลากเขียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้า แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศเท่านั้น” มีผู้ตอบถูกจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8

จากผลการตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจลากเขียวตามตารางที่ 32 มีคำถามจำนวน 12 ข้อ ถ้าตอบถูกได้ข้อละ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดได้ 0 คะแนน ได้ผลการวัดระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค ดังรายละเอียดในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามระดับการศึกษา

เกณฑ์วัดระดับความรู้ความเข้าใจ			ระดับการศึกษา		
คะแนน	ร้อยละ	ระดับ	ต่ำกว่าปริญญาตรี (30 คน)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (57 คน)	ปริญญาโทขึ้นไป (27 คน)
9-12	75% -100%	มีความรู้ความเข้าใจมาก	6 (20.0)	18 (31.6)	11 (40.7)
6-8	50% - 74%	มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง	21 (70.0)	35 (61.4)	6 (22.2)
0-5	ต่ำกว่า 50%	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	3 (10.0)	4 (7.0)	10 (37.1)
รวม			30 (100.0)	57 (100.0)	27 (100.0)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่ไม่เคยได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 30 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 มีความรู้ความเข้าใจในมาก มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่ไม่เคยได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 57 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 27 คน มีความรู้ความเข้าใจระดับมากเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 และมีความรู้ความเข้าใจปานกลาง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลตกเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว จำแนกตามระดับการศึกษา

ความรู้สึกที่มีต่อผลตกเขียว	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (15คน)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (51คน)	ปริญญาโทขึ้นไป (20คน)
1.ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวมีราคาแพงเกินไป	2.67 (ไม่แน่ใจ)	3.18 (ไม่แน่ใจ)	2.20 (ไม่เห็นด้วย)
2.ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด	4.07 (เห็นด้วย)	3.96 (เห็นด้วย)	4.30 (เห็นด้วย)
3.ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ	3.60 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)	4.40 (เห็นด้วย)
4.ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวหาซื้อได้ยาก	3.60 (เห็นด้วย)	3.24 (ไม่แน่ใจ)	4.05 (เห็นด้วย)
5.ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวอย่างเพียงพอ	4.33 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	3.65 (เห็นด้วย)
6.การใช้ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	3.73 (เห็นด้วย)	3.88 (เห็นด้วย)	4.20 (เห็นด้วย)
7.ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทนคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.47 (ไม่แน่ใจ)	3.51 (เห็นด้วย)	4.10 (เห็นด้วย)
8.ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว	4.07 (เห็นด้วย)	4.16 (เห็นด้วย)	4.15 (เห็นด้วย)
9.ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้	3.80 (เห็นด้วย)	3.92 (เห็นด้วย)	4.25 (เห็นด้วย)
10.ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น	4.27 (เห็นด้วย)	4.27 (เห็นด้วย)	4.45 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับผลึกเกลือของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลึกเกลือ จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ความรู้ที่เกี่ยวกับผลึกเกลือ	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (15คน)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (51คน)	ปริญญาโทขึ้นไป (20คน)
11.ผลิตภัณฑ์ผลึกเกลือสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง	4.27 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)	4.65 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
12.มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลึกเกลืออย่างเพียงพอ	3.20 (ไม่แน่ใจ)	3.04 (ไม่แน่ใจ)	2.60 (ไม่แน่ใจ)
13.ผลิตภัณฑ์ผลึกเกลือเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดล้อม	3.93 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	2.60 (ไม่แน่ใจ)
14.หากเป็นผลิตภัณฑ์ผลึกเกลือ ท่านยินดีที่จะจ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป	3.80 (เห็นด้วย)	3.61 (เห็นด้วย)	3.50 (เห็นด้วย)
15.กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ผลึกเกลือไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	4.13 (เห็นด้วย)	3.71 (เห็นด้วย)	3.05 (ไม่แน่ใจ)
16.ผลิตภัณฑ์ผลึกเกลือช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้	4.27 (เห็นด้วย)	4.04 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)
17.ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ผลึกเกลือ	3.80 (เห็นด้วย)	3.49 (ไม่แน่ใจ)	3.80 (เห็นด้วย)
18.โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ผลึกเกลือ	4.00 (เห็นด้วย)	4.20 (เห็นด้วย)	4.60 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
เฉลี่ย(รวม)	3.83 (เห็นด้วย)	3.78 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลากเขียว จำนวน 15 คน มีระดับความรู้สึกต่อจลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้” “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลากเขียว จำนวน 51 คน มีระดับความรู้สึกต่อจลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.80 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ข้อความที่กล่าวว่า “โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์จลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ข้อความที่กล่าวว่า “ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์จลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาโทขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลากเขียว จำนวน 20 คน มีระดับความรู้สึกต่อจลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.76 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์จลากเขียวเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ข้อความที่กล่าวว่า “ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์จลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลตกเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว จำแนกตามระดับการศึกษา

ความรู้สึกที่มีต่อผลตกเขียว	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (30 คน)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (57 คน)	ปริญญาโทขึ้นไป (27 คน)
1. ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวมีราคาแพงเกินไป	2.93 (ไม่แน่ใจ)	3.00 (ไม่แน่ใจ)	2.81 (ไม่แน่ใจ)
2. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด	3.33 (ไม่แน่ใจ)	3.47 (ไม่แน่ใจ)	3.41 (ไม่แน่ใจ)
3. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ	3.90 (ไม่แน่ใจ)	3.37 (ไม่แน่ใจ)	3.44 (ไม่แน่ใจ)
4. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวหาซื้อได้ยาก	3.63 (เห็นด้วย)	3.58 (เห็นด้วย)	3.41 (ไม่แน่ใจ)
5. ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวอย่างเพียงพอ	3.63 (เห็นด้วย)	4.19 (เห็นด้วย)	3.96 (เห็นด้วย)
6. การใช้ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	3.43 (ไม่แน่ใจ)	3.40 (ไม่แน่ใจ)	3.30 (ไม่แน่ใจ)
7. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทนคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.27 (ไม่แน่ใจ)	3.23 (ไม่แน่ใจ)	3.30 (ไม่แน่ใจ)
8. ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผลตกเขียว	3.67 (เห็นด้วย)	3.54 (เห็นด้วย)	3.78 (เห็นด้วย)
9. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้	3.87 (เห็นด้วย)	3.60 (เห็นด้วย)	3.67 (เห็นด้วย)
10. ผลิตภัณฑ์ผลตกเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น	3.97 (เห็นด้วย)	3.77 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อผลลากเขียว	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (30 คน)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (57 คน)	ปริญญาโทขึ้นไป (27 คน)
11.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง	4.20 (เห็นด้วย)	3.70 (เห็นด้วย)	3.74 (เห็นด้วย)
12.มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวอย่างเพียงพอ	3.40 (ไม่แน่ใจ)	2.77 (ไม่แน่ใจ)	2.67 (ไม่แน่ใจ)
13.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดล้อม	3.77 (เห็นด้วย)	3.72 (เห็นด้วย)	3.52 (เห็นด้วย)
14.หากเป็นผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว ท่านยินดีที่จะจ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป	3.10 (ไม่แน่ใจ)	3.11 (ไม่แน่ใจ)	2.37 (ไม่เห็นด้วย)
15.กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.70 (เห็นด้วย)	3.65 (เห็นด้วย)	3.59 (เห็นด้วย)
16.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้	3.80 (เห็นด้วย)	3.77 (เห็นด้วย)	3.37 (ไม่แน่ใจ)
17.ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว	3.13 (ไม่แน่ใจ)	2.56 (ไม่แน่ใจ)	1.74 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
18.โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว	3.80 (เห็นด้วย)	3.70 (เห็นด้วย)	3.48 (ไม่แน่ใจ)
เฉลี่ย(รวม)	3.61 (เห็นด้วย)	3.45 (ไม่แน่ใจ)	3.31 (ไม่แน่ใจ)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 30 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.61 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 57 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ย 3.45 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่ง ของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดล้อม” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 27 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ย 3.31 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และข้อความที่กล่าวว่า “ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับ
ฉลาดเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว
จำแนกตามระดับการศึกษา

แนวโน้มพฤติกรรม		ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี (15คน)	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (51คน)	ปริญญาโท ขึ้นไป (20คน)
1.ปัจจุบันที่บ้านท่านมีผลิตภัณฑ์ ฉลาดเขียว	ใช่	6 (40.0)	35 (68.6)	15 (75.0)
	ไม่ แน่ใจ	9 (60.0)	13 (25.5)	4 (20.0)
	ไม่ใช่	-	3 (5.9)	1 (5.0)
2.ถ้าท่านมีโอกาสดูท่านจะแนะนำให้คน ในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาใน การซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว	ใช่	15 (100.0)	39 (76.5)	18 (90.0)
	ไม่ แน่ใจ	-	12 (23.5)	2 (10.0)
	ไม่ใช่	-	-	-
3.การซื้อสินค้าครั้งต่อไปท่านจะ พิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว	ใช่	15 (100.0)	41 (80.4)	17 (85.0)
	ไม่ แน่ใจ	-	9 (17.7)	1 (5.0)
	ไม่ใช่	-	1 (2.0)	2 (10.0)
4.ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว เพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม	ใช่	15 (100.0)	45 (88.2)	19 (95.0)
	ไม่ แน่ใจ	-	6 (11.8)	1 (5.0)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถลากเขียว จำนวน 15 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ถลากเขียวที่บ้านจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ถลากเขียวที่บ้านจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ถลากเขียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ถลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ถลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถลากเขียว จำนวน 51 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ถลากเขียวที่บ้านจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 68.6 ไม่แน่ใจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และไม่มีผลิตภัณฑ์ถลากเขียวที่บ้านจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ถลากเขียว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 และไม่แน่ใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ถลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 ไม่แน่ใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ถลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 88.2 และไม่แน่ใจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาโทขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถลากเขียว จำนวน 20 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ถลากเขียวที่บ้านจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ไม่แน่ใจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และไม่มีผลิตภัณฑ์ถลากเขียวที่บ้านจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ถลากเขียว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และไม่แน่ใจจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ถลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 ไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และไม่พิจารณา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ถลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.0 และไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำแนกตามระดับการศึกษา

แนวโน้มพฤติกรรม		ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี (30 คน)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (57 คน)	ปริญญาโทขึ้นไป (27 คน)
1.ปัจจุบันที่บ้านท่านมีผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	3 (10.0)	9 (15.8)	-
	ไม่แน่ใจ	21 (70.0)	27 (47.4)	13 (48.1)
	ไม่ใช่	6 (20.0)	21 (36.8)	14 (51.9)
2.ถ้าท่านมีโอกาสดูท่านจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	24 (80.0)	36 (63.2)	15 (55.6)
	ไม่แน่ใจ	6 (20.0)	15 (26.3)	9 (33.3)
	ไม่ใช่	-	6 (10.5)	3 (11.1)
3.การซื้อสินค้าครั้งต่อไปท่านจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	24 (80.0)	28 (49.1)	12 (44.4)
	ไม่แน่ใจ	6 (20.0)	26 (45.6)	14 (51.9)
	ไม่ใช่	-	3 (5.3)	1 (3.7)
4.ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม	ใช่	24 (80.0)	41 (71.9)	21 (77.8)
	ไม่แน่ใจ	6 (20.0)	16 (28.1)	6 (22.2)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลลาคเขียว จำนวน 15 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์จลลาคเขียวที่บ้านจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์จลลาคเขียวที่บ้านจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์จลลาคเขียว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์จลลาคเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จลลาคเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลลาคเขียว จำนวน 57 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์จลลาคเขียวที่บ้านจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ไม่แน่ใจ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 และไม่มีผลิตภัณฑ์จลลาคเขียวที่บ้านจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์จลลาคเขียว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 และไม่แน่ใจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์จลลาคเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 ไม่แน่ใจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จลลาคเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9 และไม่แน่ใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาโทขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลลาคเขียว จำนวน 27 คน ปัจจุบันไม่มีผลิตภัณฑ์จลลาคเขียวที่บ้านจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 ไม่แน่ใจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์จลลาคเขียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 และไม่แน่ใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์จลลาคเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 ไม่แน่ใจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 และไม่พิจารณา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จลลาคเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 และไม่แน่ใจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามรายได้

คำถาม	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/ เดือน (15 คน)	15,001 – 20,000 บาท/ เดือน (11 คน)	20,001 – 25,000 บาท/ เดือน (18 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน (27 คน)
1.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	15 (100.0)	15 (100.0)	11 (100.0)	16 (88.9)	27 (100.0)
2.ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	15 (100.0)	15 (100.0)	11 (100.0)	14 (77.8)	27 (100.0)
3.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งทางการตลาดเท่านั้น	3 (20.0)	15 (100.0)	8 (72.7)	12 (66.7)	13 (48.1)
4.กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle)เป็นส่วนหนึ่งของการได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	9 (60.0)	15 (100.0)	11 (100.0)	15 (83.3)	21 (77.8)
5.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้	12 (80.0)	15 (100.0)	11 (100.0)	15 (83.3)	17 (63.0)
6.ฉลากเขียวเป็นรางวัลที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	6 (40.0)	3 (20.0)	8 (72.7)	12 (66.7)	6 (22.2)
7.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต	6 (40.0)	3 (20.0)	2 (18.2)	8 (44.4)	15 (55.6)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

คำถาม	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/ เดือน (15 คน)	15,001 – 20,000 บาท/ เดือน (11 คน)	20,001 – 25,000 บาท/ เดือน (18 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน (27 คน)
8.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุนำกลับมาใช้ใหม่เท่านั้น	6 (40.0)	9 (60.0)	7 (63.6)	10 (55.6)	18 (66.7)
9.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิตเท่านั้น	9 (60.0)	9 (60.0)	2 (18.2)	9 (50.0)	20 (74.1)
10.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในการบรรจุหีบห่อให้น้อยที่สุด	6 (40.0)	6 (40.0)	5 (45.5)	9 (50.0)	8 (29.6)
11.ฉลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต	6 (40.0)	15 (100.0)	10 (90.9)	16 (88.9)	27 (100.0)
12.ฉลากเขียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้าหรือการตลาด แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศเท่านั้น	6 (40.0)	9 (60.0)	9 (81.8)	9 (50.0)	24 (88.9)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจำนวน 15 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” “ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มีผู้ตอบถูกจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน

ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวมีจำนวน 15 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” “พลาสติกชีวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” “กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งของการได้มาจากผลิตภัณฑ์พลาสติกชีว” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 20,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวมีจำนวน 11 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” “พลาสติกชีวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” “กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งของการได้มาจากผลิตภัณฑ์พลาสติกชีว” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “พลาสติกชีว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านการผลิต” มีผู้ตอบถูกจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,000 – 25,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวมีจำนวน 18 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” และข้อความที่กล่าวว่า “พลาสติกชีว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านการผลิต” มีผู้ตอบถูกจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 88.9 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งของการได้มาจากผลิตภัณฑ์พลาสติกชีว” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวมีจำนวน 27 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ในข้อความที่กล่าว

ว่า “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” “จลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” “ผลิตภัณฑ์จลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต” และข้อความที่กล่าวว่า “จลากเขียวเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต” มีผู้ตอบถูกจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน

จากผลการตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจลากเขียวตามตารางที่ 48 มีคำถามจำนวน 13 ข้อ ถ้าตอบถูกได้ข้อละ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดได้ 0 คะแนน ได้ผลการวัดระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค ดังรายละเอียดในตารางที่ 33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามรายได้

เกณฑ์วัดระดับความรู้ความเข้าใจ			รายได้				
			ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/ เดือน (15 คน)	15,001 – 20,000 บาท/ เดือน (11 คน)	20,001 – 25,000 บาท/ เดือน (18 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน (27 คน)
คะแนน	ร้อยละ	ระดับ					
9-12	75% - 100%	มีความรู้ ความเข้าใจ มาก	3 (20.0)	9 (60.0)	5 (45.5)	12 (66.7)	9 (33.3)
6-8	50% - 74%	มีความรู้ ความเข้าใจ ปานกลาง	6 (40.0)	6 (40.0)	6 (54.5)	1 (5.5)	18 (66.7)
0-5	ต่ำกว่า 50%	ไม่มีความรู้ ความเข้าใจ	6 (40.0)	-	-	5 (27.8)	-
รวม			15 (100.0)	15 (100.0)	11 (100.0)	18 (100.0)	27 (100.0)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางและไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว มีจำนวนมากที่สุดคือจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001– 15,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 15 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับฉลากเขียวมากที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจปานกลาง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001– 20,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 11 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง

เกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001–25,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 18 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือมีไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และมีความรู้ความเข้าใจปานกลาง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 27 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามรายได้

คำถาม	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/ เดือน (39 คน)	15,001 – 20,000 บาท/ เดือน (37 คน)	20,001 – 25,000 บาท/ เดือน (11 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน (12 คน)
1.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	15 (100.0)	36 (97.3)	30 (81.1)	9 (81.8)	12 (100.0)
2.ฉลากเขียวที่ติดอยู่จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	12 (80.0)	30 (81.1)	30 (81.1)	8 (72.7)	12 (100.0)
3.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งทางการตลาดเท่านั้น	3 (20.0)	15 (40.5)	14 (37.8)	6 (54.6)	7 (58.3)
4.กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle)เป็นส่วนหนึ่งของการได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	9 (60.0)	30 (81.1)	18 (48.7)	6 (54.6)	8 (66.7)
5.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้	13 (86.7)	33 (89.2)	32 (86.5)	8 (72.7)	9 (75.0)
6.ฉลากเขียวเป็นรางวัลที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	7 (46.7)	9 (23.1)	25 (67.6)	11 (100.0)	7 (58.3)
7.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต	9 (60.0)	15 (38.5)	15 (40.5)	5 (45.5)	10 (83.3)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการตอบถูกของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

คำถาม	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/ เดือน (39 คน)	15,001 – 20,000 บาท/ เดือน (37 คน)	20,001 – 25,000 บาท/ เดือน (11 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน (12 คน)
8.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุนำกลับมาใช้ใหม่เท่านั้น	12 (80.0)	18 (48.7)	18 (48.7)	2 (18.2)	9 (75.0)
9.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิตเท่านั้น	6 (40.0)	21 (56.8)	15 (40.5)	4 (36.4)	12 (100.0)
10.ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในการบรรจุหีบห่อให้น้อยที่สุด	6 (40.0)	24 (64.9)	14 (37.8)	8 (72.7)	6 (50.0)
11.ฉลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต	15 (100.0)	21 (56.8)	30 (81.1)	11 (100.0)	6 (66.7)
12.ฉลากเขียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้าหรือการตลาด แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศเท่านั้น	9 (60.0)	21 (56.8)	32 (86.5)	9 (81.8)	9 (75.0)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” และข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต” มีผู้ตอบถูก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่านั้น

ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูกจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 86.7
 ข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุนำกลับมาใช้ใหม่เท่านั้น” มีผู้ตอบถูก จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 39 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด
 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” มีผู้ตอบถูก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” มีผู้ตอบถูก จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 89.2 ข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” และข้อความที่กล่าวว่า “กระบวนการนำมาใช้ใหม่(Recycle) เป็นส่วนหนึ่งของการได้มาจากผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีผู้ตอบถูก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 81.1 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมีจำนวน 37 คน มีความรู้ความเข้าใจที่สุดใน
 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิต, กระบวนการใช้และหลังการใช้” และข้อความที่กล่าวว่าฉลากเขียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้าหรือการตลาด แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศเท่านั้น” มีผู้ตอบถูก จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” “ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” และข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางการผลิต” มีผู้ตอบถูกจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 81.1 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 11 คน มีความรู้ความเข้าใจที่สุดใน
 ข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียวเป็นรางวัลที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม” และข้อความที่กล่าวว่า “ฉลากเขียว เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านทางผลิต” มีผู้ตอบถูก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลาก

เขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” และข้อความที่กล่าวว่า “ฉลาดเขียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้าหรือการตลาด แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศเท่านั้น” มีผู้ตอบถูก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวมีจำนวน 12 คน มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน” “ฉลาดเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆในการผลิต” “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุนำกลับมาใช้ใหม่เท่านั้น” “ผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิตเท่านั้น” และข้อความที่กล่าวว่า “ฉลาดเขียวไม่ได้เป็นเงื่อนไขในการกีดกันทางการค้าหรือการตลาด แต่จัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันและปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในประเทศเท่านั้น” มีผู้ตอบถูก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน

จากผลการตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลาดเขียวตามตารางที่ 50 มีคำถามจำนวน 13 ข้อ ถ้าตอบถูกได้ข้อละ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดได้ 0 คะแนน ได้ผลการวัดระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค ดังรายละเอียดในตารางที่ 35

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากเขียว จำแนกตามรายได้

เกณฑ์วัดระดับความรู้ความเข้าใจ			รายได้				
			ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/ เดือน (39 คน)	15,001 – 20,000 บาท/ เดือน (37 คน)	20,001 – 25,000 บาท/ เดือน (11 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน (12 คน)
คะแนน	ร้อยละ	ระดับ					
9-12	75% - 100%	มีความรู้ ความเข้าใจ มาก	3 (20.0)	6 (15.4)	13 (35.1)	6 (54.5)	6 (50.0)
6-8	50% - 74%	มีความรู้ ความเข้าใจ ปานกลาง	12 (80.0)	27 (69.2)	17 (45.9)	2 (18.2)	6 (50.0)
0-5	ต่ำกว่า 50%	ไม่มีความรู้ ความเข้าใจ	-	6 (15.4)	7 (18.9)	3 (27.3)	-
รวม			15 (100.0)	39 (100.0)	37 (100.0)	11 (100.0)	12 (100.0)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมาก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001– 15,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 39 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจมากและไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001– 20,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 37 คน มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาคือมีความรู้

ความเข้าใจมาก จำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 35.1 และไม่มีความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001– 25,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 11 คน มีความรู้ความเข้าใจมากเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือไม่มีความรู้ความเข้าใจมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3และมีความรู้ความเข้าใจปานกลาง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 12 คน มีความรู้ความเข้าใจมากและปานกลางเกี่ยวกับฉลากเขียว มีมากที่สุดคือจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว จำแนกตามรายได้

ความรู้สึกที่มีต่อผลลากเขียว	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/เดือน (15 คน)	15,001 – 20,000 บาท/เดือน (11 คน)	20,001 – 25,000 บาท/เดือน (18 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/เดือน (12 คน)
1. ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวมีราคาแพงเกินไป	3.20 (ไม่เห็นใจ)	2.80 (ไม่เห็นใจ)	2.55 (ไม่เห็นใจ)	3.06 (ไม่เห็นใจ)	2.70 (ไม่เห็นใจ)
2. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด	4.07 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)	4.09 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)	4.22 (เห็นด้วย)
3. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ	3.60 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)	4.09 (เห็นด้วย)	3.78 (เห็นด้วย)	4.33 (เห็นด้วย)
4. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวหาซื้อได้ยาก	3.33 (ไม่เห็นใจ)	3.60 (เห็นด้วย)	3.00 (ไม่เห็นใจ)	3.56 (เห็นด้วย)	3.67 (เห็นด้วย)
5. ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวอย่างเพียงพอ	4.13 (เห็นด้วย)	4.20 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)	3.50 (เห็นด้วย)	3.81 (เห็นด้วย)
6. การใช้ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	3.73 (เห็นด้วย)	3.20 (ไม่เห็นใจ)	2.82 (ไม่เห็นใจ)	4.28 (เห็นด้วย)	4.67 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)
7. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทุนคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.27 (ไม่เห็นใจ)	3.20 (ไม่เห็นใจ)	3.18 (ไม่เห็นใจ)	3.89 (เห็นด้วย)	4.11 (เห็นด้วย)
8. ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.27 (เห็นด้วย)	3.60 (เห็นด้วย)	3.82 (เห็นด้วย)	4.39 (เห็นด้วย)	4.33 (เห็นด้วย)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อผลลากเขียว	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/เดือน (15 คน)	15,001 – 20,000 บาท/เดือน (11 คน)	20,001 – 25,000 บาท/เดือน (18 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/เดือน (12 คน)
9.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้	3.60 (เห็นด้วย)	3.60 (เห็นด้วย)	4.27 (เห็นด้วย)	4.22 (เห็นด้วย)	4.11 (เห็นด้วย)
10.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น	3.67 (เห็นด้วย)	4.20 (เห็นด้วย)	4.45 (เห็นด้วย)	4.67 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	4.44 (เห็นด้วย)
11.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง	3.87 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)	4.45 (เห็นด้วย)	4.67 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	4.56 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)
12.มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวอย่างเพียงพอ	3.80 (เห็นด้วย)	2.40 (ไม่เห็น ด้วย)	2.18 (ไม่เห็น ด้วย)	3.11 (ไม่แน่ใจ)	3.04 (ไม่แน่ใจ)
13.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดล้อม	3.53 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)	3.73 (เห็นด้วย)	3.61 (เห็นด้วย)	3.41 (ไม่แน่ใจ)
14.หากเป็นผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว ท่านยินดีที่จะจ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป	3.87 (เห็นด้วย)	3.20 (ไม่แน่ใจ)	3.27 (ไม่แน่ใจ)	3.83 (เห็นด้วย)	3.70 (เห็นด้วย)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อฉลากเขียว	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/เดือน (15 คน)	15,001 – 20,000 บาท/เดือน (11 คน)	20,001 – 25,000 บาท/เดือน (18 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/เดือน (12 คน)
15. กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ไม่ก่อให้เกิด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.13 (ไม่เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)	3.55 (เห็นด้วย)	3.89 (เห็นด้วย)	3.67 (เห็นด้วย)
16. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว ช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมี ส่วนร่วมรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อมได้	3.60 (เห็นด้วย)	4.27 (เห็นด้วย)	3.82 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)	4.22 (เห็นด้วย)
17. ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ ฉลากเขียว	3.80 (เห็นด้วย)	3.00 (ไม่เห็นด้วย)	3.55 (เห็นด้วย)	3.94 (เห็นด้วย)	3.67 (เห็นด้วย)
18. โดยรวมแล้ว ท่านมี ความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ ฉลากเขียว	4.00 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)	4.18 (เห็นด้วย)	4.28 (เห็นด้วย)	4.67 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)
เฉลี่ย(รวม)	3.69 (เห็นด้วย)	3.57 (เห็นด้วย)	3.61 (เห็นด้วย)	3.93 (เห็นด้วย)	3.96 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.69 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวมิให้เลือนน้อยชนิด” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.57 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 11 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.61 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 18 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.93 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 12 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.96 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่กล่าวว่า “โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” และข้อความที่กล่าวว่า “การใช้ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เท่ากัน ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 เท่ากัน

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว จำแนกตามรายได้

ความรู้สึกที่มีต่อผลลากเขียว	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/เดือน (39 คน)	15,001 – 20,000 บาท/เดือน (37 คน)	20,001 – 25,000 บาท/เดือน (11 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/เดือน (12 คน)
1. ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวมีราคาแพงเกินไป	2.87 (ไม่เห็นด้วย)	3.00 (ไม่เห็นด้วย)	2.76 (ไม่เห็นด้วย)	2.82 (ไม่เห็นด้วย)	3.50 (เห็นด้วย)
2. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวมีให้เลือกน้อยชนิด	3.27 (ไม่เห็นด้วย)	3.31 (ไม่เห็นด้วย)	3.51 (เห็นด้วย)	3.36 (ไม่เห็นด้วย)	3.75 (เห็นด้วย)
3. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวมีคุณภาพตรงกับความต้องการ	3.60 (เห็นด้วย)	3.31 (ไม่เห็นด้วย)	3.68 (เห็นด้วย)	3.45 (ไม่เห็นด้วย)	3.75 (เห็นด้วย)
4. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวหาซื้อได้ยาก	3.67 (เห็นด้วย)	3.49 (ไม่เห็นด้วย)	3.49 (ไม่เห็นด้วย)	3.36 (ไม่เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)
5. ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวอย่างเพียงพอ	3.27 (ไม่เห็นด้วย)	4.23 (เห็นด้วย)	4.22 (เห็นด้วย)	3.91 (เห็นด้วย)	3.50 (เห็นด้วย)
6. การใช้ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าน้ำและค่าไฟฟ้า	3.07 (ไม่เห็นด้วย)	3.38 (ไม่เห็นด้วย)	3.41 (ไม่เห็นด้วย)	3.36 (ไม่เห็นด้วย)	3.75 (เห็นด้วย)
7. ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทุนคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.13 (ไม่เห็นด้วย)	3.18 (ไม่เห็นด้วย)	3.43 (ไม่เห็นด้วย)	3.36 (ไม่เห็นด้วย)	3.00 (ไม่เห็นด้วย)
8. ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.67 (เห็นด้วย)	3.33 (ไม่เห็นด้วย)	3.84 (เห็นด้วย)	3.82 (เห็นด้วย)	3.75 (เห็นด้วย)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับผลลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน (15 คน)	10,000 - 15,000 บาท/ เดือน (39 คน)	15,001 - 20,000 บาท/ เดือน (37 คน)	20,001 - 25,000 บาท/ เดือน (11 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน (12 คน)
9.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวทำให้สามารถ หลีกเลี่ยงสารพิษที่มากับสินค้าได้	3.67 (เห็น ด้วย)	3.49 (ไม่ แน่ใจ)	3.78 (เห็น ด้วย)	3.73 (เห็น ด้วย)	4.00 (เห็น ด้วย)
10.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหัน มาใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	3.73 (เห็น ด้วย)	3.77 (เห็น ด้วย)	3.89 (เห็น ด้วย)	4.00 (เห็น ด้วย)	4.25 (เห็น ด้วย)
11.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวสามารถทำให้ ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง	3.80 (เห็น ด้วย)	3.62 (เห็น ด้วย)	3.97 (เห็น ด้วย)	3.82 (เห็น ด้วย)	4.25 (เห็น ด้วย)
12.มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลลาก เขียวอย่างเพียงพอ	3.53 (เห็น ด้วย)	2.64 (ไม่ แน่ใจ)	2.92 (ไม่ แน่ใจ)	2.64 (ไม่ แน่ใจ)	3.25 (ไม่ แน่ใจ)
13.ผลิตภัณฑ์ผลลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่ง ของคนรักสุขภาพของตนเองและ สิ่งแวดล้อม	3.73 (เห็น ด้วย)	3.54 (เห็น ด้วย)	3.68 (เห็น ด้วย)	3.55 (เห็น ด้วย)	4.25 (เห็น ด้วย)
14.หากเป็นผลิตภัณฑ์ผลลากเขียว ท่านยินดี ที่จะจ่ายซื้อในราคาที่แพงกว่าผลิตภัณฑ์ ทั่วไป	2.73 (ไม่ แน่ใจ)	3.03 (ไม่ แน่ใจ)	2.78 (ไม่ แน่ใจ)	2.36 (ไม่เห็น ด้วย)	3.83 (เห็น ด้วย)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้สึกเกี่ยวกับฉลากเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ความรู้สึกที่มีต่อฉลากเขียว	รายได้				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/เดือน (39 คน)	15,001 – 20,000 บาท/เดือน (37 คน)	20,001 – 25,000 บาท/เดือน (11 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/เดือน (12 คน)
15. กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.60 (เห็นด้วย)	3.62 (เห็นด้วย)	3.68 (เห็นด้วย)	3.64 (เห็นด้วย)	3.75 (เห็นด้วย)
16. ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้	3.60 (เห็นด้วย)	3.59 (เห็นด้วย)	3.76 (เห็นด้วย)	3.27 (ไม่แน่ใจ)	4.25 (เห็นด้วย)
17. ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	3.27 (ไม่แน่ใจ)	2.46 (ไม่เห็นด้วย)	2.41 (ไม่เห็นด้วย)	1.55 (ไม่เห็นด้วย)	3.00 (เห็นด้วย)
18. โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว	3.40 (ไม่แน่ใจ)	3.54 (เห็นด้วย)	3.76 (เห็นด้วย)	3.64 (เห็นด้วย)	4.25 (เห็นด้วย)
เฉลี่ย(รวม)	3.42 (ไม่แน่ใจ)	3.36 (ไม่แน่ใจ)	3.50 (เห็นด้วย)	3.31 (เห็นด้วย)	3.78 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 15 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ย 3.42 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับ

สิ่งแวดลอมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดลอม” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อันระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับข่าวดารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 39 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ย 3.36 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดลอมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดลอมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อันระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับข่าวดารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 37 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.50 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดลอมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดลอมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อันระหว่าง 20,001-25,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับข่าวดารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 11 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ย 3.31 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวจะทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสิ่งแวดลอมกันมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ข้อความที่กล่าวว่า “ท่านไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวอย่างเพียงพอ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวสามารถทำให้ผู้บริโภคช่วยรักษาสิ่งแวดลอมได้จริง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อันมากกว่า 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับข่าวดารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว จำนวน 12 คน มีระดับความรู้สึกต่อฉลากเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.78 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่กล่าวว่า “โดยรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว” “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดลอม” และข้อความที่กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวช่วยปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดลอมได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เท่ากัน

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับผลึกภัณฑ์นลากเขียวของผู้ที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลึกภัณฑ์นลากเขียว จำแนกตามรายได้

แนวโน้มพฤติกรรม		รายได้				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/ เดือน (15 คน)	15,001 – 20,000 บาท/ เดือน (11 คน)	20,001 – 25,000 บาท/ เดือน (18 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน (12 คน)
1.ปัจจุบันที่บ้านท่านมี ผลึกภัณฑ์นลากเขียว	ใช่	12 (80.0)	3 (20.0)	10 (90.9)	17 (94.4)	22 (81.5)
	ไม่แน่ใจ	2 (16.7)	12 (80.0)	1 (9.1)	1 (5.6)	5 (18.8)
	ไม่ใช่	1(8.3)	-	-	-	-
2.ถ้าท่านมีโอกาสท่าน จะแนะนำให้คนใน ครอบครัวหรือคนที่รู้จัก พิจารณาในการซื้อ ผลึกภัณฑ์นลากเขียว	ใช่	12 (80.0)	9 (60.0)	10 (90.9)	17 (94.4)	24 (88.9)
	ไม่แน่ใจ	3 (20.0)	6 (40.0)	1 (9.1)	1 (5.6)	3 (11.1)
	ไม่ใช่	-	-	-	-	-
3.การซื้อสินค้าครั้ง ต่อไปท่านจะพิจารณา ผลึกภัณฑ์นลากเขียว	ใช่	12 (80.0)	9 (60.0)	9 (81.8)	16 (88.9)	27 (100.00)
	ไม่แน่ใจ	3 (20.0)	6 (40.0)	-	1 (5.6)	-
	ไม่ใช่	-	-	2(18.2)	1(5.6)	-
4.ท่านเลือกซื้อ ผลึกภัณฑ์นลากเขียว เพราะประโยชน์ต่อ สิ่งแวดล้อม	ใช่	12 (80.0)	12 (80.0)	11 (100.00)	17 (94.4)	27 (100.0)
	ไม่แน่ใจ	3 (20.0)	3 (20.0)	-	1 (5.6)	-

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว จำนวน 15 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวที่บ้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ไม่แน่ใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และไม่มีผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวที่บ้านจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และไม่แน่ใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ไม่แน่ใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และไม่แน่ใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000– 15,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวจำนวน 15 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวที่บ้านจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวที่บ้านจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และไม่แน่ใจจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และไม่แน่ใจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และไม่แน่ใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001– 20,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวจำนวน 11 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวที่บ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9 ไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9 ไม่แน่ใจจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 และไม่พิจารณา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001– 25,000 บาทต่อเดือนที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวจำนวน 18 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวที่บ้าน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลาดเขียวที่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ

5.6 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ถลาเกี้ยว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 ไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 นอกจากนี้คิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ถลาเกี้ยวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 88.9 ไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และจะไม่พิจารณา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ถลาเกี้ยว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปที่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถลาเกี้ยวจำนวน 27 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ถลาเกี้ยวที่บ้านจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 และไม่แน่ใจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ถลาเกี้ยว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 88.9 และไม่แน่ใจจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ถลาเกี้ยวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ถลาเกี้ยว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับผลึกภัณฑ์ฉลากเขียว ของผู้ที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลึกภัณฑ์ฉลากเขียว จำแนกตามรายได้

แนวโน้มพฤติกรรม		รายได้				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน (15 คน)	10,000 – 15,000 บาท/ เดือน (39 คน)	15,001 – 20,000 บาท/ เดือน (37 คน)	20,001 – 25,000 บาท/ เดือน (11 คน)	มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน (12 คน)
1.ปัจจุบันที่บ้านท่านมี ผลึกภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	-	5 (12.8)	3 (8.1)	-	-
	ไม่แน่ใจ	10 (66.7)	12 (30.8)	23 (62.2)	5 (45.5)	11 (91.7)
	ไม่ใช่	5 (33.3)	22 (56.4)	11 (29.7)	6 (54.5)	1 (8.3)
2.ถ้าท่านมีโอกาสท่าน จะแนะนำให้คนใน ครอบครัวหรือคนที่รู้จัก พิจารณาในการซื้อ ผลึกภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	11 (73.3)	21 (53.9)	27 (73.0)	6 (54.5)	8 (66.7)
	ไม่แน่ใจ	4 (26.7)	13 (33.3)	8 (21.6)	4 (36.4)	4 (33.3)
	ไม่ใช่	-	5 (12.8)	2 (5.4)	1 (9.1)	-
3.การซื้อสินค้าครั้ง ต่อไปท่านจะพิจารณา ผลึกภัณฑ์ฉลากเขียว	ใช่	12 (80.0)	12 (30.8)	26 (70.3)	2 (18.2)	10 (83.3)
	ไม่แน่ใจ	3 (20.0)	24 (61.5)	10 (27.0)	9 (81.8)	2 (16.7)
	ไม่ใช่	-	3(7.7)	1(2.7)	-	-
4.ท่านเลือกซื้อ ผลึกภัณฑ์ฉลากเขียว เพราะประโยชน์ต่อ สิ่งแวดล้อม	ใช่	12 (80.0)	24 (61.5)	30 (81.1)	8 (72.7)	12 (100.0)
	ไม่แน่ใจ	3 (20.0)	15 (38.5)	7 (18.9)	3 (27.3)	-

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลากเขียว จำนวน 15 คน ปัจจุบันไม่มีผลิตภัณฑ์จลากเขียวที่บ้านจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์จลากเขียวที่บ้านจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์จลากเขียว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 และไม่แน่ใจจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์จลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ไม่แน่ใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และไม่แน่ใจจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 15,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลากเขียวจำนวน 39 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์จลากเขียวที่บ้านจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์จลากเขียวที่บ้านจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และไม่มีผลิตภัณฑ์จลากเขียวที่บ้าน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์จลากเขียว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 ไม่แน่ใจจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 และจะไม่พิจารณา มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์จลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 ไม่แน่ใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และไม่พิจารณา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และไม่แน่ใจจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001– 20,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จลากเขียวจำนวน 37 คน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์จลากเขียวที่บ้านจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ไม่แน่ใจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 และไม่มีผลิตภัณฑ์จลากเขียวที่บ้านจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์จลากเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 ไม่แน่ใจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และไม่แนะนำ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์จลากเขียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 ไม่แน่ใจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และไม่พิจารณา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ฉลาดเจียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 81.1 และไม่แน่ใจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001– 25,000 บาทต่อเดือนที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวจำนวน 11 คน ปัจจุบันไม่มีผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวที่บ้านจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวที่บ้านจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ไม่แน่ใจจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 และไม่แนะนำ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และไม่แน่ใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 และไม่แน่ใจ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปที่ไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวจำนวน 12 คน ปัจจุบันไม่มีผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวที่บ้านจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และไม่แน่ใจว่ามีผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวที่บ้านจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้คนในครอบครัวหรือคนที่รู้จักพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และไม่แน่ใจจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียวในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.9 และไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฉลาดเจียว ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0