

**DEVELOPMENT OF WEB-BASED STRATEGY TO PROMOTE
CONSUMPTION OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS**

MATURAPORN PARKPROT

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF EDUCATION
(ENVIRONMENTAL EDUCATION)
FACULTY OF GRADUATE STUDIES
MAHIDOL UNIVERSITY
2004**

**ISBN 974-04-4594-2
COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY**

การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (DEVELOPMENT OF WEB-BASED STRATEGY TO PROMOTE CONSUMPTION OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS)

มธรรพร ภาคพรต 4237476 SHED/M

ศษ.ม. (สิ่งแวดล้อมศึกษา)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: รัชชานนท์ สุกพงศ์พิเชฐ, พบ.ด., สุทธิลักษณ์ สมิตะสิริ, Ph.D., พงษ์วิภา หล่อสมบูรณ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งศึกษาคุณภาพของเว็บไซต์ และความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิ และกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บไซต์

การวิจัยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การวิจัยเบื้องต้น โดยศึกษาข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ความรู้และความตระหนักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และความต้องการให้มีเว็บไซต์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนทำงานในกรุงเทพมหานคร ขั้นที่ 2 การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างมาเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบที่นำเสนอบนเว็บไซต์ โดยเนื้อหาและรูปแบบของเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นมาถูกตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ ขั้นที่ 3 การทดลองใช้เว็บไซต์โดยทดลองใช้เว็บไซต์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คนและปรับปรุงเว็บไซต์ หลังจากนั้นทดลองใช้เว็บไซต์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คนและปรับปรุงเว็บไซต์ ก่อนนำไปทดลองใช้จริง ขั้นที่ 4 การทดลองใช้เว็บไซต์จริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และประเมินผล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านเว็บไซต์ และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินเว็บไซต์ก่อนและหลังการทดลอง โดยใช้สถิติ paired t-test และวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และฐานนิยม ผลการวิจัยได้ข้อสรุปดังนี้

1) คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างหลังเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์สูงกว่าก่อนเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) คะแนนความตระหนักของกลุ่มตัวอย่างหลังเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์สูงกว่าก่อนเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) การประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บไซต์อยู่ในระดับดี

สรุปได้ว่า เว็บไซต์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพในการเสริมสร้างความรู้ ความตระหนัก และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ควรมีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เว็บไซต์สู่สาธารณะ

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ควรนำเว็บไซต์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเรื่องอื่นๆ ไปทดลองใช้และประเมินผล เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการเสริมสร้างความรู้ ความตระหนัก และความพึงพอใจ เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนทราบต่อไป อันจะนำไปสู่การบริโภคอย่างยั่งยืน

DEVELOPMENT OF WEB-BASED STRATEGY TO PROMOTE CONSUMPTION OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS

MATURAPORN PARKPROT 4237476 SHED/M

M.Ed. (ENVIRONMENTAL EDUCATION)

THESIS ADVISOR: RACHANONT SUPAPONGPICHATE, Ph. D., SUTTILAK SMITASIRI, Ph.D., PONGVIPA LOHSOMBOON, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this research was to develop an effective web-based strategy to promote the consumption of environmentally friendly products. This research also studied the website quality and determined the satisfaction of the experts and the sample group.

The research was divided into four stages: formative research, web analysis and development, individual and group tests and revision, quasi experiment and evaluation. Formative research was undertaken among 200 internet-user employees who work in Bangkok. The data gathered included the characteristics of the employees, consumer behavior regarding environmentally friendly products, knowledge and awareness of environmentally friendly products, acceptance of information on environmentally friendly products, internet-using behavior and web development needs. Based on the results of formative research, web analysis and development were undertaken. Web contents and design were validated by experts. Subsequently, the quality of the website was pilot-tested by three employees and the necessary revision was done prior to a final test by ten employees. Finally, a quasi experiment was conducted via the Internet among the sample group comprising 30 individuals by a pretest-posttest to evaluate knowledge and awareness of environmentally friendly products, and assessment of satisfaction from the newly developed website. The statistics were analyzed using paired-samples t-test. The assessment of satisfaction by the sample group and experts was determined through mean, median, mode and percentage. The results of the study concluded the following: a) Test achievement results for the sample group were higher after they visited the website, which was statistically significant at a level of 0.05; b) The post-test score of awareness of the sample group was significantly higher than the pre-test score at a level of 0.05; c) The website was rated as "good" by both the sample group and the experts.

The result of the study showed that the website is an appropriate tool in enhancing knowledge and awareness of environmentally friendly products and could lead to improved consumption behavior. In addition, it is recommended that further study be conducted on other environmentally friendly products in other quasi experiments to promote other products.

KEY WORDS: WEBSITE / ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS

159 pp. ISBN 974-04-4594-2