



ความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค
ที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร

Intention and Behaviour in Environmental Decision Making of Consumers
towards Selecting Food Packaging

พวงชมพู โจนส์* นุช สัตถาฉัตรมงคล นราภรณ์ ธรรมดี และ นันทวุฒิ ครุฑา
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

18/18 ถ.เทพรัตน์ กม.18 ต.บางโหลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

Puangchompoo Jones, Nuch sattachatmongkol, Naraporn Thammadee and Nuntawut Kruta

Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University

18/18 Debaratna Rd, Bang Chalong, Bang Phli District, Samut Prakan 10540

E-mail: puangchom.j@hcu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหารในประเด็นของความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มอาหารนำไปตัดสินใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ในการสร้างมูลค่าให้กับอาหารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ Google form และ ส่งผ่านกลุ่มสื่อทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการสั่งอาหารที่ โดยมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 434 ตัวอย่าง ใช้สถิติเชิงพรรณนาบรรยายลักษณะของข้อมูล ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเพียร์สันในการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อม ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อม ปัจจัยเชิงจิตวิทยา ค่านิยมทางสังคม สถานการณ์แวดล้อม มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคในระดับมาก

คำสำคัญ : ความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจ การตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค
การเลือกบรรจุภัณฑ์อาหาร



Abstract

This research study involves with food packaging in terms of environmental decision-making intentions and the behavior of consumers towards selecting food packaging. To provide information for SMEs to increase the value of their products and to satisfy customers' needs. This research is quantitative research. The researcher created the questionnaire based on a literature review. Purposive sampling technique was used according to the researcher's objectives. Google form was used to and the questionnaire was sent it through social media groups related to food ordering. There were 434 completed questionnaires for data analysis. Descriptive statistics were used to describe the nature of the data. Multiple regression and Pearson correlation were used to test hypotheses. Awareness of environmental responsibility, opinions about environmental packaging, psychological factors social values, and surrounding situations that have affected on intention to use environmental packaging were found to be significant at the 0.05 level. Intention to use environmental packaging has a positive relation to expressive behavior to make decisions using environmental packaging was found to be significant at the 0.05 level.

Keywords : Intention and Behaviour in Decision Making, Environmental Decision Making of Consumers, Selecting Food Packaging

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SMEs) นับเป็นกลุ่มธุรกิจ ที่มีความหลากหลายอย่างมากทั้งในด้านขนาด ด้านการเติบโตของธุรกิจ ด้านรูปแบบการจัดตั้งกิจการ ตลอดจนด้านระดับความรู้ของเจ้าของธุรกิจ ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ได้ถึง 5,212,004 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.6 ของGDPทั้งประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,2560) นโยบายภาครัฐให้ความสำคัญในการส่งเสริม SME โดยกำหนดให้การพัฒนา SME เป็นวาระแห่งชาติ มีกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นแกนหลักในการประสานงานและบูรณาการงานส่งเสริมSME ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องในรูปแบบประชารัฐ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อน SME เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานการสนับสนุนกิจการเล็ก ๆ ให้เติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งและ (สำนักบริหารกลาง กระทรวงอุตสาหกรรม, 2561)

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยอยู่ในแผนที่ 5 (พ.ศ. 2566 – 2570) ต่อเนื่องมาจากแผนที่ 4 ภายใต้วิสัยทัศน์ให้ SMEs ไทย มีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้ ด้วยการส่งเสริม 3 ประเด็น



คือ 1) สร้างการเติบโตให้ครอบคลุม 2) สร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า และ 3) พัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ โดยการสร้างการเติบโตให้ครอบคลุม เน้นการยกระดับให้ SMEs เข้าสู่การแข่งขันระดับโลก ด้วยการประยุกต์ใช้โมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่เพื่อความยั่งยืน (Bio-Circular-Green : BCG) เป็นการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนที่ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากมนุษย์ เช่น ปัญหาโลกร้อน การปล่อยมลพิษ ขยะ สารเคมี ฝุ่นพีเอ็ม2.5 โมเดล BCG จึงมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่เดิมอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระยะแรกมุ่งให้ความสำคัญกับสาขา 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร อุตสาหกรรมพลังงานและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2564) สอดรับกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ ในส่วนเป้าหมายที่ 12 การพัฒนารูปแบบการบริโภคและรูปแบบการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบในทุกๆ ที่ในโลกในประเด็นที่เกี่ยวกับการลดปริมาณขยะอาหารทั่วโลกต่อคนลงร้อยละ 50 และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนภายในปี 2573 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

แนวทางการพัฒนาการเสริมสร้างความพร้อมให้ผู้ประกอบการ SMEs ประเทศไทย เพื่อเข้าสู่การแข่งขันรูปแบบใหม่ทางเศรษฐกิจให้สามารถจัดการธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนนั้น การเพิ่มคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาในด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับบรรจุกฎสำหรับบรรจุอาหารในประเด็นของความตั้งใจและพฤติกรรมการตลาดในด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกบรรจุกฎที่ใช้ในการบรรจุอาหาร เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มอาหารสามารถตัดสินใจในการเลือกใช้บรรจุกฎในการสร้างมูลค่าให้กับอาหารเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเกิดคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอาหารอาจจะยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการตลาดในด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคและการเลือกใช้บรรจุกฎ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการใช้งานที่ไม่ถูกต้องและขาดความปลอดภัย (Modern Manufacturing, 2017) นอกจากนั้นบรรจุกฎอาหารยังเป็นต้นทางของของเสียที่เรียกว่า “ขยะ” ด้วย บทความของสำนักข่าวสิ่งแวดล้อมได้มีบทวิเคราะห์ของกรมการมูลนิธิส่งเสริมการออกแบบอนาคตประเทศไทยบันทึกไว้ว่า มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นตัวเร่งให้เกิดขยะจากน้ำมือของมนุษย์ โดยเฉพาะพฤติกรรมความมั่งคั่ง ไม่สนใจผลที่เกิดขึ้นตามมาของปัญหาขยะ ยิ่งไปกว่านั้นความฟุ้งเฟ้อในการอุปโภคบริโภค การใช้ทรัพยากรอย่างไม่รู้คุณค่า การใช้บรรจุกฎต่าง ๆ ที่เกินความจำเป็น ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น ผลจากการศึกษาปัญหาขยะทั่วโลก พบว่าร้อยละ 50 ของขยะที่ใกล้ตัวมนุษย์มากที่สุด คือ ขยะที่มาจากอาหาร และการจัดการขยะที่ดีที่สุด คือ การจัดการตั้งแต่ต้นทาง (ทีมข่าวสิ่งแวดล้อม, 2560) โดยกระบวนการดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ต้องเริ่มจากการตระหนักรู้ของคนทุกคน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและบรรจุกฎรักษาสีสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค



2. วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคที่มีความตั้งใจและพฤติกรรม การตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร

บททวนวรรณกรรม

พฤติกรรมสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมสิ่งแวดล้อมเป็นพฤติกรรมในระดับจิตสำนึกที่ผู้นั้นแสดงออกอย่างมีเป้าหมายที่ต้องการลดผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้นในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมสิ่งแวดล้อมจึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสิ่งเร้า ทั้งภายนอกและภายในจิตใจของบุคคลนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นการเสียสละเวลาและความสะดวกที่เคยมีเพื่อมาทำในสิ่งที่สังคมได้ประโยชน์ หากมองในมุมมองด้านจิตวิทยาแล้ว การส่งเสริมหรือโน้มน้าวให้บุคคลมีพฤติกรรมสิ่งแวดล้อม จึงเป็นไม่ใช่เรื่องง่าย (Stewart, 2007; Groot and Stege, 2009) ถ้าบุคคลมีความรู้หรือได้รับข้อมูลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัดสินใจทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเช่นกัน (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2558) Hines, Hungerford and Tomera (1986) และนักวิชาการอีกหลายท่าน ได้นำเสนอโมเดลพฤติกรรมรับผิดชอบทางสิ่งแวดล้อมและพบตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ (กองส่งเสริมและสนับสนุนองค์การอิสระด้านสิ่งแวดล้อม, 2558) ได้แก่ 1) ความรู้เกี่ยวกับประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม 2) ความรู้เกี่ยวกับการกระทำ 3) การตระหนักถึงความสามารถในการควบคุม 4)ทัศนคติที่มีต่อสิ่งแวดล้อม 5)การแสดงออกถึงความมุ่งมั่นด้วยวาจา 6)ความรู้สึกรับผิดชอบของคนแต่ละคน 7)ค่านิยมทางสังคม และสิ่งแวดล้อม และ 8) ปัจจัยในด้านสถานการณ์

การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การสนับสนุนบริษัทที่มีภาพลักษณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Albayrak et al., 2013; Schlegelmilch et al., 1996) การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอาจถูกจูงได้ด้วยหลายปัจจัย เช่น การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อตนเองที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ความอยากรู้อยากเห็น ความตั้งใจที่จะลดผลกระทบต่อทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดและต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้นยังมีงานวิจัยในอดีต ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย ราคา รายการส่งเสริมการขาย รวมถึงภาพลักษณ์ทางสังคม ล้วนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Vermeir and Verbeke, 2004; จุฑาทิพย์ อินทรภักดี, 2562) นอกจากนั้นยังมีวิจัยของ Nuñez-Cacho and et.al (2020) ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ตระหนักรู้เรื่องความยั่งยืนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม



บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลักในการปกป้องผลิตภัณฑ์ ห่อหุ้มให้คงสภาพเดิม ช่วยรักษาคุณภาพ อำนวยความสะดวกในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค การออกแบบและเลือกสรรชนิดของวัสดุที่ใช้ นอกจากความสวยงาม ต้องคำนึงความเหมาะสมกับชนิด ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2559) ยังต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงความสะดวกในการกำจัดขยะและการรักษาปริมาณทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและยังสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อ (วรดิษ กาญจนอักษรเดช, 2550) อีกทั้งรูปร่างและลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ยังสามารถสื่อความหมายไปยังผู้บริโภคให้รับรู้ถึงคุณค่าและคุณภาพอีกด้วย (Ampuero and Vila, 2006) สัดส่วนของรูปทรง สี และวัสดุที่ใช้ของบรรจุภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ (Esmailpour and Rajabi, 2016)

บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Packaging) ผลิตออกมาโดยคำนึงถึงความเป็นมิตรและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม มีการเลือกใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิตจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายหรือนำกลับมาใช้ใหม่บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมสามารถนำมาใช้งานได้หลากหลายและจัดประเภทได้ ดังนี้ 1) บรรจุภัณฑ์กึ่งได้ช่วยลดปริมาณขยะ 2) บรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ สามารถนำไปใช้และยังเป็นตัวแทนในการสื่อสารแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย 3) บรรจุภัณฑ์ไบโอ ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ และ 4) บรรจุภัณฑ์รีไซเคิล เกิดจากการนำขยะมาผ่านกระบวนการแปรรูปเป็นวัสดุใหม่ (เอ็ม.ไอ.ดับบลิว.กรุ๊ป, 2565) สำหรับผู้ประกอบการ SMEs พบว่า การตัดสินใจใช้บรรจุภัณฑ์นั้น ยังคำนึงถึงเฉพาะต้นทุน เน้นของถูก แต่ขาดคุณภาพทำให้เกิดการใช้งานที่ไม่ถูกต้องขาดความปลอดภัย (Modern Manufacturing, 2017) และไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการส่งเสริมให้ ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งยังสามารถสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย (พิริยาภรณ์ อันทองและศุภกร เอกชัยไพบูลย์, 2559)

สมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบรรยายลักษณะของข้อมูล และใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) โดยงานวิจัยนี้มีสมมติฐานทั้งหมด 7 ข้อ ดังนี้

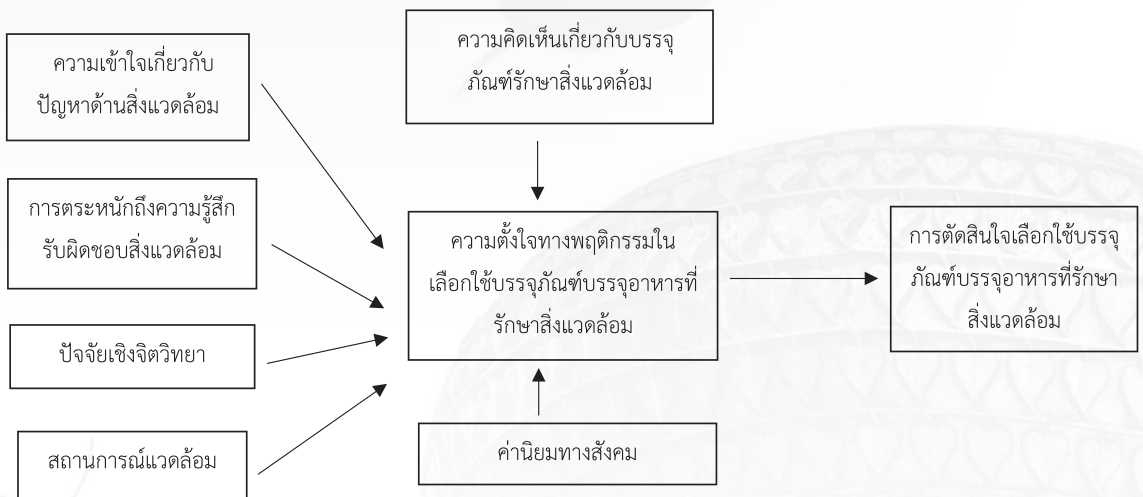
1. การตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง
2. ความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง



3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสีแวตล้อมมีส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสีแวตล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง
4. ปัจจัยเชิงจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสีแวตล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง
5. ค่านิยมทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสีแวตล้อมที่ใช้ในการบรรจุ
6. อาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง
7. สถานการณ์แวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสีแวตล้อมที่ใช้ในการบรรจุ
8. อาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง
9. ความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสีแวตล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสีแวตล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นผู้วิจัยได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: ดัดแปลงจาก Hines, Hungerford and Tomera (1986) Model of Responsible Environmental Behavior.

Schwartz and Bilsky (1987) Toward a universal psychological structure of human values.

Schwartz (1992) Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries.



วิธีการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยประยุกต์เชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) และเก็บข้อมูลสำรอง 10% รวมเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 440 ตัวอย่าง โดยที่มีข้อมูลที่สมบูรณ์และนำมาใช้จำนวนทั้งสิ้น 434 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling Technique) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย (Purposive Sampling Technique) และทำการส่งแบบสอบถามผ่าน Google Form ผ่านกลุ่มสื่อทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการสั่งอาหาร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน และตรวจสอบจริยธรรมการวิจัยในคน โดยดำเนินการขอการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สาขาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้รับการรับรองโครงการวิจัยและแบบสอบถาม ลงวันที่ 2 กรกฎาคม 2564 ทดสอบความเชื่อมั่นผ่านการใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) ก่อนทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 4 ส่วน เท่ากับ 0.821, 0.853, 0.910 และ 0.876 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.7 อยู่ในเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 434 คน พบว่าร้อยละ 80 เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 35 ปี มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 85,000 บาท ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 65) และประกอบอาชีพในบริษัทเอกชน สำหรับผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกรอบแนวคิดของการศึกษาพบว่า การตระหนักถึงความรู้สึกกับผิดชอบสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 4.22 ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 3.88 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 4.57 ปัจจัยเชิงจิตวิทยามีค่าเฉลี่ย 4.14 ปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 4.10 ค่านิยมทางสังคมมีค่าเฉลี่ย 3.74 ความตั้งใจทางพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 4.38 และ พฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมที่แสดงออกมีค่าเฉลี่ย 4.03

ผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด 7 สมมติฐาน โดยสมมติฐานที่ 1 – 6 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) สมมติฐานที่ 7 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 การตระหนักถึงความรู้สึกกับผิดชอบสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H_0 การตระหนักถึงความรู้สึกกับผิดชอบสิ่งแวดล้อมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง



H₁ การตระหนักถึงความรู้สึกได้รับผิดชอบสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการ บรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1

	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta			
(Constant)	.990	.269			3.683	.000
A2.1	.118	.055	.113		2.127	.034
A2.2	.125	.063	.111		1.986	.048
A2.3	.095	.052	.098		1.833	.067
A2.4	-.081	.044	-.096		-1.833	.067
A2.5	.114	.052	.115		2.180	.030
A2.6	.019	.025	.032		.740	.460
A2.7	.084	.058	.080		1.449	.148
A2.8	.126	.061	.121		2.060	.040
A2.9	.098	.051	.109		1.932	.054
A2.10	-.009	.027	-.015		-.341	.733
A2.11	.076	.031	.110		2.442	.015

a. Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.549 ^a	.301	.283	.601

A2.1 คนที่ต้องเผชิญภาวะความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจะมีความห่วงใยในสิ่งแวดล้อม

A2.2 ท่านให้ความสนใจกับประเด็นนโยบายสาธารณะ โดยเฉพาะนโยบายสิ่งแวดล้อม

A2.3 ท่านให้การสนับสนุนหรือยอมรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของรัฐบาล

A2.4 กิจกรรมด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่มีค่าใช้จ่ายมาก

A2.5 การส่งหนังสือร้องเรียนเกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย

A2.6 ท่านยอมเสียสละความสะดวกสบายส่วนตัวเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

A2.7 การให้การสนับสนุนองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ของทุกคน

A2.8 การเข้าร่วมในการเรียกร้องต่างๆ เพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทุกคนควรทำ

A2.9 ท่านคิดว่าการห่วงใยด้านสิ่งแวดล้อมสร้างคุณค่าทางจิตใจ

A2.10 ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมในองค์กรพัฒนาเอกชนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ดี



A2.11 ท่านยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ หากสิ่งนั้นทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น

จากตารางที่ 1 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการสุขภาพสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.549 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และการตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บริการสุขภาพสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารด้านการค้นหาข้อมูล ได้ร้อยละ 30.00 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 70.00 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ผู้ที่ต้องเผชิญภาวะความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจะมีความห่วงใยในสิ่งแวดล้อม (A2.1) ความสนใจกับประเด็นนโยบายสาธารณะ โดยเฉพาะนโยบายสิ่งแวดล้อม (A2.2) การส่งหนังสือร้องเรียนเกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย (A2.5) , การเข้าร่วมในการเรียกร้องต่างๆ เพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทุกคนควรทำ (A2.8) และ การยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ หากสิ่งนั้นทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น (A2.11) มีค่า Sig. = 0.034, 0.048, 0.030, 0.040 และ 0.015 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการสุขภาพสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Intention} &= B0 + B1(A2.1) + B2(A2.2) + B5(A2.5) + B8(A2.8) + B11(A2.11) \\ &= 0.990 + 0.118 + 0.125 + 0.114 + 0.126 + 0.076 \end{aligned}$$

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่า การตระหนักในการเผชิญภาวะความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจะมีความห่วงใยในสิ่งแวดล้อม ผู้ที่ต้องเผชิญภาวะความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจะมีความห่วงใยในสิ่งแวดล้อม ผู้ที่มีความสนใจกับประเด็นนโยบายสาธารณะ โดยเฉพาะนโยบายสิ่งแวดล้อม การส่งหนังสือร้องเรียนเกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย ผู้ที่มีการเข้าร่วมในการเรียกร้องต่างๆ เพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทุกคนควรทำ และ ผู้ที่มีการยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้หากสิ่งนั้นทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.118, 0.125, 0.114, 0.126 และ 0.076 หมายความว่า หากมีการตระหนักในตัวแปรข้างต้น จะมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการสุขภาพสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารเพิ่มขึ้น 0.118, 0.125, 0.114, 0.126 และ 0.076 หน่วย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการสุขภาพสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหาร

H0 ความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการสุขภาพสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H1 ความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการสุขภาพสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2

	Coefficients _a				
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	3.642	.169		21.562	.000
A2.12	.114	.037	.160	3.077	.002
A2.13	.041	.038	.060	1.059	.290
A2.14	.018	.043	.029	.408	.684
A2.15	.012	.043	.019	.284	.776

a. Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.215 ^a	.046	.037	.697

A2.12 ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน

A2.13 ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมไม่สามารถมองเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม

A2.14 ระบบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องซับซ้อนเข้าใจได้ยาก

A2.15 ความซับซ้อนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอุปสรรคต่อความคิดฯ

จากตารางที่ 2 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.215 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับน้อย และความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารด้านการค้นหาข้อมูล ได้ร้อยละ 4.6 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 95.4 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน (A2.12) มีค่า Sig. = 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรดังกล่าว มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Intention} &= B_0 + B_1(A2.12) \\ &= 0.3642 + 0.114 \end{aligned}$$



จากสมการสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีความรู้ว่าปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลันมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.114 หมายความว่า หากมีความรู้ในตัวแปรดังกล่าวแล้ว จะมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้น 0.114 หน่วย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

H_0 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H_1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 3

	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	
(Constant)	.571	.302		1.890	.059
B3.1	.057	.043	.066	1.341	.181
B3.2	.005	.058	.005	.079	.937
B3.3	-.002	.075	-.001	-.023	.982
B3.4	.159	.087	.118	1.817	.070
B3.5	.217	.069	.192	3.159	.002
B3.6	.178	.069	.148	2.585	.010
B3.7	.019	.059	.018	.323	.747
B3.8	.142	.037	.178	3.867	.000
B3.9	-.040	.038	-.049	-1.050	.294
B3.10	-.005	.032	-.007	-.157	.875
B3.11	.062	.061	.056	1.008	.314
B3.12	.033	.052	.031	.627	.531

a. Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.566 ^a	.321	.301	.594



- B3.1 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไม่ควรมีส่วนประกอบอื่นๆ ที่เป็นอันตราย
- B3.2 บรรจุภัณฑ์ควรนำมาใช้ซ้ำได้
- B3.3 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรมีความสวยงาม
- B3.4 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่เหมาะสมกับการบรรจุอาหารที่ไม่มีน้ำหรือน้ำมัน
- B3.5 บรรจุภัณฑ์ควรทำมาจากวัสดุที่มาจากวัสดุตามธรรมชาติ
- B3.6 บรรจุภัณฑ์ควรมีส่วนประกอบที่เหมาะสม ไม่ใช้วัสดุมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น
- B3.7 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรมีความสะดวกในการใช้
- B3.8 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรมีราคาสูงเกินไป
- B3.9 บรรจุภัณฑ์ควรสามารถนำไปเข้ากระบวนการผลิตใหม่ได้
- B3.10 บรรจุภัณฑ์ต้องมีลักษณะที่เหมาะสมกับการบรรจุอาหาร
- B3.11 บรรจุภัณฑ์ควรนำกลับมาผลิตใหม่ได้
- B3.12 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถกำจัดทิ้งได้อย่างปลอดภัย

จากตารางที่ 3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.566 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารด้านการค้นหาข้อมูล ได้ร้อยละ 32.00 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 68.00 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ความคิดเห็นที่ว่าบรรจุภัณฑ์ควรทำมาจากวัสดุที่มาจากวัสดุตามธรรมชาติ (B3.5) ความคิดเห็นที่ว่าบรรจุภัณฑ์ควรมีส่วนประกอบที่เหมาะสม ไม่ใช้วัสดุมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น (B3.6) ความคิดเห็นที่ว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรมีราคาสูงเกินไป (B3.8) มีค่า Sig. = 0.002, 0.010 และ 0.000 ตามลำดับ หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Intention} &= B0 + B5(B3.5) + B6(B3.6) + B8(B3.8) \\ &= 0.571 + 0.217 + 0.178 + 0.142 \end{aligned}$$

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่าความคิดเห็นที่ว่าบรรจุภัณฑ์ควรทำมาจากวัสดุที่มาจากวัสดุตามธรรมชาติ บรรจุภัณฑ์ควรมีส่วนประกอบที่เหมาะสม ไม่ใช้วัสดุมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น และบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรมีราคาสูงเกินไป มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.217, 0.178 และ 0.142 หมายความว่า หาก



มีความคิดเห็นในทางบวกตามตัวแปรข้างต้น จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการฉุกเฉินรักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารเพิ่มขึ้น 0.217, 0.178 และ 0.142 หน่วย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ปัจจัยเชิงจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการฉุกเฉินรักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H_0 ปัจจัยเชิงจิตวิทยาไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการฉุกเฉินรักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H_1 ปัจจัยเชิงจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการฉุกเฉินรักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 4

	Coefficients _a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
(Constant)	1.697	.183		9.250	.000
C4.1	.090	.039	.119	2.303	.022
C4.2	.027	.033	.040	.818	.414
C4.3	-.010	.040	-.015	-.253	.800
C4.4	.060	.036	.081	1.648	.100
C4.5	.149	.051	.169	2.919	.004
C4.6	.312	.052	.346	5.991	.000

a. Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.588 ^a	.345	.336	.579

C4.1 ปัญหาจากมลภาวะรูปแบบต่างๆ ทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

C4.2 คนในครอบครัวของท่านมักเลือกซื้ออาหารที่ใช้บริการฉุกเฉินเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

C4.3 ที่ทำงานของท่านมีนโยบายด้านการใช้บริการฉุกเฉินเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน

C4.4 การเลือกใช้บริการฉุกเฉินบรรจอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม ให้ได้รับการยอมรับจากสังคม

C4.5 ปัญหาจากภัยธรรมชาติทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บริการฉุกเฉินเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

C4.6 ผู้คนรอบๆ ตัวท่าน มักเลือกซื้ออาหารที่ใช้บริการฉุกเฉินเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม



จากตารางที่ 4 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.588 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยเชิงจิตวิทยาสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ได้ร้อยละ 34.50 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 65.50 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ปัญหาจากมลภาวะรูปแบบต่างๆ ทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม (C4.1) ปัญหาจากภัยธรรมชาติทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม (C4.5) ผู้คนรอบๆ ตัวท่าน มักเลือกซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม (C4.6) มีค่า Sig. = 0.022, 0.004 และ 0.000 ตามลำดับ หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{Intention} &= B0 + B1(C4.1) + B5(C4.5) + B6(C4.6) \\ &= 1.697 + 0.90 + 0.149 + 0.312\end{aligned}$$

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่าปัญหาจากมลภาวะรูปแบบต่างๆ ทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ปัญหาจากภัยธรรมชาติทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม และการที่ผู้คนรอบๆ ตัวท่านมักเลือกซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.217, 0.178 และ 0.142 หมายความว่า ปัจจัยเชิงจิตวิทยาตามตัวแปรข้างต้น จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้น 0.090, 0.149 และ 0.312 หน่วยตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ค่านิยมทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H₀ ค่านิยมทางสังคมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H₁ ค่านิยมทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 5

	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2.638	.170		15.489	.000
C4.7	.146	.040	.205	3.672	.000
C4.8	.010	.037	.014	.260	.795
C4.9	.093	.034	.147	2.772	.006
C4.10	-.056	.035	-.092	-1.612	.108
C4.11	.228	.042	.284	5.360	.000

a. Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.460 ^a	.211	.202	.635

C4.7 ร้านอาหารที่ท่านใช้บริการ ใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเมื่อท่านซื้ออาหารไปกินนอกร้านมี ส่วนทำให้ท่านใช้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าว

C4.8 นโยบายภาครัฐที่มีส่วนทำให้ท่านใช้บรรจุภัณฑ์อาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม

C4.9 ท่านหรือคนที่ท่านรู้จักมีปัญหาสุขภาพจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

C4.10 ร้านอาหารที่ท่านใช้บริการ ใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมในการบรรจุอาหารให้ท่านเท่านั้น

C4.11 ประเทศที่พัฒนาแล้วผู้คนมักให้ความสนใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีส่วนทำให้ท่านเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 5 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.460 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยค่านิยมทางสังคมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ได้ร้อยละ 21.1 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 79.9 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ค่านิยมที่ว่าร้านอาหารที่ท่านใช้บริการ ใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเมื่อท่านซื้ออาหารไปกินนอกร้านมีส่วนทำให้ท่านใช้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าว (C4.7) ท่านหรือคนที่ท่านรู้จักมีปัญหาสุขภาพจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (C4.9) และ ประเทศที่พัฒนาแล้วมักให้ความสนใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุ



อาหารที่รักษาสีแวดล้อม C4.11) มีค่า Sig. = 0.000, 0.006 และ 0.000 ตามลำดับ หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่รักษาสีแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Intention} &= B0 + B1(C4.7) + B3(C4.9) + B5(C4.11) \\ &= 2.638 + 0.146 + 0.093 + 0.228 \end{aligned}$$

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่าค่านิยมที่ว่าค่านิยมที่ว่าร้านอาหารที่ท่านใช้บริการ ใช้บรรจุภัณฑ์บรรจอาหารที่รักษาสีแวดล้อมเมื่อท่านซื้ออาหารไปกินนอกร้านมีส่วนทำให้ท่านใช้บริการดังกล่าว ท่านหรือคนที่ท่านรู้จักมีปัญหาสุขภาพจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ ประเทศที่พัฒนาแล้วมักให้ความสนใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่รักษาสีแวดล้อม ค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.146, 0.093 และ 0.228 หมายความว่า ปัจจัยด้านค่านิยมทางสังคมตามตัวแปรข้างต้น จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่รักษาสีแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารเพิ่มขึ้น 0.146, 0.093 และ 0.228 หน่วย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 สถานการณ์แวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่รักษาสีแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H₀ สถานการณ์แวดล้อมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่รักษาสีแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H₁ สถานการณ์แวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่รักษาสีแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 6

	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	
(Constant)	2.434	.175		13.923	.000
C4.12	.109	.037	.155	2.970	.003
C4.13	.196	.041	.244	4.810	.000
C4.14	.141	.044	.170	3.207	.001
C4.15	.026	.031	.042	.836	.403

a. Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.481a	.232	.225	.626



- C4.12 หากท่านใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่รักษาสิ่งแวดล้อม ท่านจะรู้สึกแปลกแยกจากสังคมรอบด้าน
C4.13 คนที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเป็นคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
C4.14 คนรุ่นใหม่มักใส่ใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม
C4.15 คนในสังคมให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

จากตารางที่ 6 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์แวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.481 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยค่านิยมทางสังคมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ได้ร้อยละ 23.2 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 76.8 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงตัวแปรด้านสถานการณ์แวดล้อมได้ดังนี้ หากท่านใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่รักษาสิ่งแวดล้อมท่านจะรู้สึกแปลกแยกจากสังคมรอบด้าน (C4.12) คนที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเป็นคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (C4.13) และ คนรุ่นใหม่มักใส่ใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม (C4.14) มีค่า Sig. = 0.003, 0.000 และ 0.001 ตามลำดับ หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Intention} &= B_0 + B_1(C4.12) + B_2(C4.13) + B_3(C4.14) \\ &= 2.434 + 0.109 + 0.196 + 0.141 \end{aligned}$$

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่า สถานการณ์แวดล้อมที่ว่า หากท่านใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่รักษาสิ่งแวดล้อม ท่านจะรู้สึกแปลกแยกจากสังคมรอบด้าน คนที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเป็นคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และคนรุ่นใหม่มักใส่ใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม ค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.109, 0.196 และ 0.141 หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อมตามตัวแปรข้างต้น จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้น 0.109, 0.196 และ 0.141 หน่วย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 ความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H_0 ความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H_1 ความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 7

		Correlations	
		ค่าเฉลี่ยรวม ความตั้งใจทางพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ยรวม พฤติกรรมที่แสดงออก
ความตั้งใจทางพฤติกรรม	Pearson Correlation	1	.586**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	434	434
พฤติกรรมที่แสดงออก	Pearson Correlation	.586**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	434	434

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความตั้งใจทางพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับค่าพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -0.586$, $P\text{-value} = 0.000$) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน และหากพิจารณาระดับน้ำหนักความสัมพันธ์ (Determining the strength of the relationship) ตามคำแนะนำของ Cohen (1988) จะพบว่าค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ($r = .50$ to 1.0)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความรู้มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกองส่งเสริมและสนับสนุนองค์การอิสระด้านสิ่งแวดล้อม (2558) ที่พบว่าถ้าบุคคลมีความรู้หรือได้รับข้อมูลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัดสินใจทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเช่นกัน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nuñez-Cacho and et.al (2020) ที่พบว่าความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน และ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ตระหนักรู้เรื่องความยั่งยืนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

สำหรับปัจจัยเชิงจิตวิทยานั้นจากผลการวิจัยพบว่า มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ Stewart (2007) และ Groot and Stege (2009) ที่กล่าวว่ามุมมองด้านจิตวิทยาส่งผลต่อพฤติกรรมสิ่งแวดล้อมของบุคคล ในส่วนของความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภค โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องของวัสดุจากธรรมชาติ ไม่ใช่วัสดุเกินความจำเป็น และราคาไม่ควรสูงเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ Vermeir and Verbeke (2004) วรดิษ กาญจนอัครเดช (2550) และจุฑาทิพย์ อินทรภักดี (2562) ซึ่งสรุปไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด มี



ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้นจากผลการวิจัยยังพบว่าความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับการรวบรวมข้อมูลของ กองส่งเสริมและสนับสนุนองค์การอิสระด้านสิ่งแวดล้อม (2558) ที่พบว่าหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกด้านสิ่งแวดล้อม คือความตั้งใจแสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความตั้งใจและพฤติกรรมในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มอาหาร ควรจัดหาบรรจุภัณฑ์ควรทำมาจากวัตถุดิบที่ทำมาจากวัสดุตามธรรมชาติ เช่น ใบตอง กาบหมาก ใบบัว ไม้ไผ่ วัสดุมากเกินความจำเป็นในการบรรจุอาหาร และพยายามหาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากต้นน้ำการผลิตเพื่อไม่ให้มีต้นทุนด้านบรรจุภัณฑ์สูงเกินไป นอกจากนั้นผู้ประกอบการผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอาหาร ควรเริ่มใช้บรรจุภัณฑ์ภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมสำหรับการซื้ออาหารไปทานนอกร้านตามค่านิยมทางสังคม และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการแสดงถึงการเป็นผู้ประกอบการที่เข้าใจปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอาหาร อาจใช้การสร้างคอนเทนต์ (Content) ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงปัญหา จากมลภาวะ และ ภัยธรรมชาติ รวมทั้งพยายามสื่อสารผ่านคนที่ใกล้ชิดหรือคนอยู่รอบตัวกลุ่มเป้าหมาย เช่น สมาชิกในครอบครัว ผู้มีอิทธิพล (Influencer) ต่อกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอาหารอาจต้องมีการปรับตัวในการใช้บรรจุภัณฑ์ในร้านค้าของตนเอง โดยเฉพาะหากกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการฯ เป็นคนกลุ่ม Gen S (Generation Sustainability) เนื่องจากเป็นปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง

หากผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอาหาร สามารถเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสม กับร้านของตน เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย อาจส่งผลต่อพฤติกรรมในการแสดงออกของลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากความตั้งใจทางพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับค่าพฤติกรรมที่แสดงออกในระดับมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.(2558). คนเราตัดสินใจเพื่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร.ส.ไพบูลย์การพิมพ์.
- จุฑาทิพย์ อินทรภักดี. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.บทความวิชาการค้นคว้าอิสระสาขารการจัดการอุตสาหกรรม. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทีมข่าวสิ่งแวดล้อม. (2560). เมื่อปลาจะกินดาว #ขยะทะเลใคร . กรุงเทพมหานคร
<https://greennews.agency/?p=15430>.
- พิริยาภรณ์ อันทอง และ ศุภกร เอกชัยไพบูลย์.(2559). Checklist พิชิตธุรกิจยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2559). การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา . กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรดิษ กาญจนอัครเดช และคณะ. (2550). โครงการวิจัยขนมไทยกับการบรรจุภัณฑ์ใหม่ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับขนมไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาขนมไทย จังหวัดเพชรบุรี, *วารสารวิชาการคณะมัณฑนศิลป์, มหาวิทยาลัยศิลปากร* ฉบับที่ 2.
- สำนักบริหารกลางกระทรวงอุตสาหกรรม. (2561). สรุปรายงาน การประชุม SME Transform #พร้อมเปลี่ยนประชารัฐร่วมใจ เชื่อม SME ไทยสู่สากล.กรุงเทพมหานคร. เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2565 ,จาก <http://www.industry.go.th/industry/index.php/th/about/2017-04-20-15-23-14/item/40190-2018-05-18-04-42-19#>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2564). BCGเป็นมาอย่างไร.เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2565,จาก <https://www.bcg.in.th/background/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2564). เกี่ยวกับ SDGs. เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2565,จาก <https://sdgs.nesdc.go.th/เกี่ยวกับ-sdgs/>
- เอ็ม.ไอ.ดับบลิว.กรุ๊ป.(2565).รู้จักกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม.เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://miwservices.com/eco-friendly-packaging-ideas/>
- Albayrak, T., Aksoy, S., & Caber, M. (2013). The effect of environmental concern and



- scepticism on green purchase behavior. *Marketing Intelligence and Planning*, 31(1), 27-39.
- Ampuero O., Vila N. (2006). Consumer perceptions of product packaging", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 23 Issue 2 pp. 100 – 112
- Esmailpour, Majid and, Rajabi Azade (2016) .The Effect of Environment-Friendly Attitude on Consumer Perception of Usability of Product Packaging. *Journal of Applied Packaging Research* :Vol8;No2,Article6.
- Groot, J. a. and Steg,L. (2009). Mean or Green: which Values can Promote Stable Pro-environmental behaviour. *Conservation Letter* 2: 61-66.
- Hines, J. M., Hungerford, H. R., & Tomera, A. N. (1987). Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Environmental Education*, Volume 18, 1987 - Issue 2, pp. 1-8.
- Mufacturing, M. (2017). งานเสวนาสีพิมพ์และบรรจุภัณฑ์กับโอกาสที่ท้าทายในยุค 4.0. กรุงเทพมหานคร <https://www.mmthailand.com/บรรจุภัณฑ์ไทย-ในยุค-smart-packaging/>.
- Nuñez-Cacho and et.al. (2020). Plastics and sustainable purchase decisions in a circular economy: The case of Dutch food industry. *PLOS ONE*,1-16 <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239949>, Access on 28 September, 2020
- Ricardo Pires Goncalves. (2008). Product Characteristics and Quality Perception. *Consumer Behavior*.
- Schlegelmilch, B.B., Bohlen, G.M., & Diamantopoulos, A. (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European Journal of Marketing*, 30(5), 35-55.
- Stewart, A.(2007). Individual Psychology and Environmental Psychology. *The Journal of Individual Psychology*, pp.67-85.
- Schwartz, H. S., & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of personality and social psychology*, 53(3), 550.



Schwartz,H.S. (1992) Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries, *Advances in Experimental Social Psychology*, Volume 25, 1992, Pages 1-65

Vermeir, I., & Verbeke, W. (2004). Sustainable food consumption: exploring the Consumer' attitude-behavioural intention'gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169-194.