

อิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

THE INFLUENCE OF ATTITUDES TOWARDS THE DECISION MAKING PROCESS OF ECO-FRIENDLY PACKAGES IN CHATUCHAK, BANGKOK

Received: July 4, 2019

Revised: October 28, 2019

Accepted: October 29, 2019

มัลลิกา รัศมีศรีตระกูล*

Manlika Russameesritrakul*

พีรภาว ทวีสุข**

Prerapha Taweek**

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

* Student, Master of Business Administration, Faculty of Modern Trade Business Management, Panyapiwat Institute of Management

* Email: manlika_tan@hotmail.com

** อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

** Lecturer, Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

** Email: preraphataw@pim.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เขตจตุจักร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลจากการวิจัย พบว่า ทัศนคติด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง และด้านหน้าที่ในด้านความรู้มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการรับรู้ปัญหาและด้านการประเมินผลทางเลือก

ต่อมาด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเองและด้านหน้าที่ในด้านความรู้มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

คำสำคัญ: ทัศนคติ กระบวนการตัดสินใจซื้อ บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

Abstract

The objective of this study was to explore the influence of attitudes towards the decision making process of Eco-friendly Packages in Chatuchak, Bangkok. The sample of this study consisted of 400 buyers in Bangkok's Chatuchak district who decided to buy eco-friendly packages by using a questionnaire Is a tool for data collection by employing the multiple regression analysis.

The result of this study indicated that the utilitarian attitude, image-reflection attitude, identity-defense attitude and cognitive function attitude play the important role in the purchase decision process, problem recognition and alternative assessment.

Next, the utilitarian attitude, image-reflection attitude, identity-defense attitude and cognitive function attitude play the important role in the buying decision process in search for information, decision making and post-purchase behavior.

Keywords: Attitudes Purchase Decision Process Eco-friendly Packages

บทนำ

บรรจุกฎเกณฑ์ที่ถูกใช้ในปริมาณมากตามบ้านเรือนหรือสถานที่ที่มีผู้คนเยอะเป็นบ่อเกิดของปริมาณขยะ และก่อให้เกิดปัญหาในการกำจัด สืบเนื่องจากการหาที่ดินในการฝังกลบขยะนั้นยาก ในขณะเดียวกันการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการกำจัดขยะต้องใช้การลงทุนที่สูง ปริมาณซากบรรจุกฎเกณฑ์ในขณะนั้นประมาณ 1 ใน 3 ของน้ำหนักขยะทั้งหมด ดังนั้นประเทศที่พัฒนาแล้วจะพยายามคิดค้น นวัตกรรมในการผลิตบรรจุกฎเกณฑ์ที่มีน้ำหนักน้อยลงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น บรรจุกฎเกณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยกำลังได้รับความสนใจ เนื่องมาจากการตื่นตัวของผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (วิรัชพร วัลสระ, 2558) ปัญหาขยะจากการใช้บรรจุกฎเกณฑ์ จึงเป็นปัญหาสำคัญ โดยเฉพาะในเมืองที่มีขนาดใหญ่ มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและมีความเจริญ ทำให้มีความต้องการใช้สินค้าและบริการที่ก่อให้เกิดขยะบรรจุกฎเกณฑ์จำนวนมาก ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุกฎเกณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะได้รู้ว่าผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานครมีทัศนคติอย่างไรต่อการเลือกใช้บรรจุกฎเกณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริม รมรณรงค์ในการใช้บรรจุกฎเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและสร้างสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของคนในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานครต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุกฎเกณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

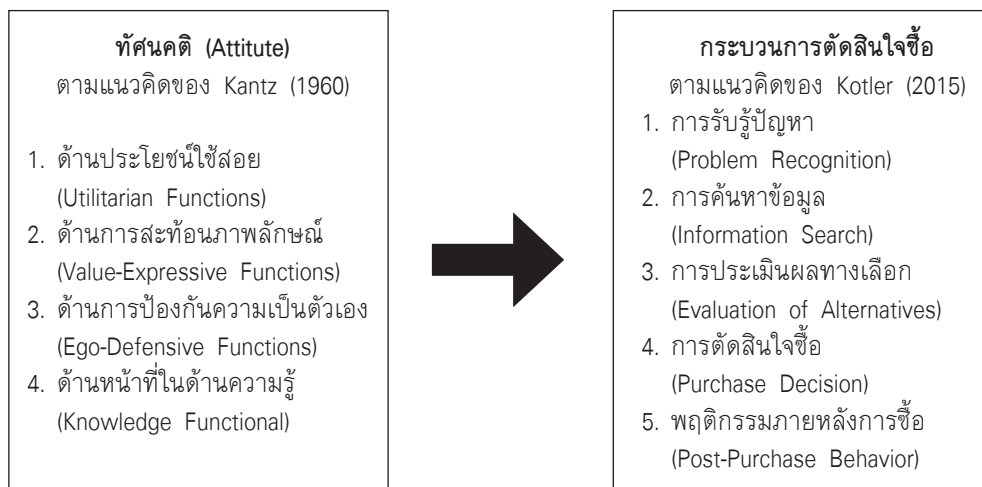
การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีด้วยกัน 2 แนวคิด คือทัศนคติ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

1. ทัศนคติตามแนวคิดของ Katz (1960) ได้อธิบายหน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ ที่สำคัญไว้ 4 ประการ ดังนี้ 1. เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทัศนคติ เป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงที่สุดและให้มีผลเสียน้อยที่สุด 2. เพื่อป้องกันตัว โดยปกติในทุกขณะคนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งซึ่งเป็นที่ยึดแย้งกับความนึกคิดของตน 3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม ทัศนคตินั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่างๆ และด้วยทัศนคตินี้เองที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่างๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น 4. เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ ทัศนคติจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้และเข้าใจถึงระบบและระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเขาได้

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อ Kotler (2015) ได้ให้นิยามเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ จากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ตามแนวคิดของ Kotler (2015) 1. การรับรู้ปัญหา หมายถึง ผู้บริโภคที่ได้รับรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและมีความตระหนักถึงปัญหาต่อสิ่งๆ นั้น รวมทั้งมีพฤติกรรมหรือความต้องการในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของสิริณัฐ สดประเสริฐ (2558) กล่าวว่า การรับรู้หมายถึง ลักษณะของผู้รับสารที่มีการรับรู้นั้นสามารถแสดงออกเป็นการรับรู้ที่แสดงออกในแง่ของพฤติกรรม และการรับรู้ที่แสดงออกในแง่ของความรู้สึก 2. การค้นหาข้อมูล หมายถึง ผู้บริโภคที่มีการรับรู้ปัญหาแล้ว เกิดความต้องการที่จะค้นหาข้อมูลของบรรจุกฎเกณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ ญัณฐพงศ์ วิงวอน และ ดาริณี ตันทวีเศรษฐ (2560) กล่าวว่า การค้นหาข้อมูลส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลและรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อ จากบุคคลใน

ครอบครัวและรอบข้าง รองลงมาจากแหล่งข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต จากสื่อประชาสัมพันธ์และจากบุคลากร ของข้อมูลที่ค้นคว้า 3. การประเมินผลทางเลือก หมายถึง ขั้นตอนที่ดำเนินต่อจากข้อมูลที่ได้มาในขั้นที่สอง นำมาพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกคือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น รูปร่าง รูปทรง ราคาเหมาะสม คุณภาพและความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า และนำมาเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ ชมพูนุท กิตติดุขการ (2558) กล่าวว่า เกณฑ์ในการ ประเมินทางเลือกของสินค้าแต่ละประเภทอาจมีความแตกต่างกันหรือมีจำนวนเกณฑ์การประเมินที่ไม่เท่ากัน เช่น สินค้าราคาถูก 4. การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หลังจากที่มีการประเมินผลทางเลือก เพื่อให้ตรงต่อความต้องการมากที่สุดแล้วผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ เกศรินทร์ ลิลิตตระกูล และ รัชนิวรรณ ยืนยมงคลชัย (2557) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค 5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หมายถึง ความรู้สึก ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ภายหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์และได้ใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว ความพึงพอใจขึ้นอยู่กับคุณสมบัติและคุณภาพของสินค้าว่าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ วรุตม์ ประไพพิศตร (2556) กล่าวว่า หลังจากผู้บริโภคซื้อและทดลองใช้ ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ของความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ จากที่มีการซื้อ ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้า ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเป็นไปตามที่เขาคาดหวัง เขาจะพอใจและมีการซื้อซ้ำ ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติ ต่ำกว่าที่คาดหวัง เขาจะไม่พอใจและไม่ซื้ออีก

จากการทบทวนแนวคิดและวรรณกรรมข้างต้นสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่ชัดเจน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เขตจตุจักร คำนวณมาจากสูตรของ Cochran (1997) ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนตัวอย่าง 385 คน ผู้วิจัยทำการขอเพิ่มสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็น 400 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เคยซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เขตจตุจักร จำนวน 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามผู้ที่บรรจุกัมที่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เขตจตุจักรที่กำหนด โดยใช้ระยะเวลาทั้งสิ้นประมาณ 3 เดือน เริ่มตั้งแต่ มีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ.2562

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยผู้วิจัยแบ่งข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ คือ

1. ทำการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยนำข้อคำถามแต่ละข้อในแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบ ทั้งนี้แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า IOC เท่ากับ 0.9 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2557)

2. ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยแบบสอบถามในงานวิจัยมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 จึงสามารถนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ กัลยา วาณิชย์บัญชา (2550)

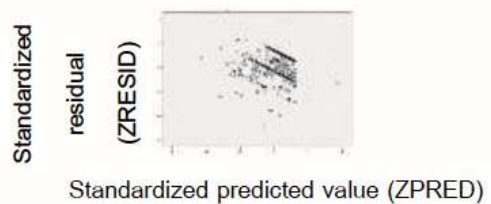
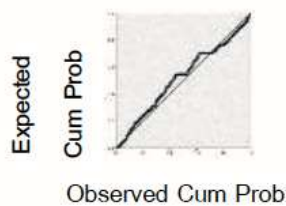
3. ทำการทดสอบการกระจายตัวของข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์การกระจายตัวของข้อมูลจะประกอบด้วยทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์จากกราฟ Normal probability ค่าเฉลี่ยและค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (Residual) เท่ากับศูนย์ ดังนั้นจึงสามารถนำข้อมูลนี้มาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ Hair, Black, Babin, Aderson and Tatham (2010)

4. ทดสอบสมมติฐาน โดยการทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. การวิเคราะห์การกระจายตัวของข้อมูลจะประกอบด้วยทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์จากกราฟ Normal probability ค่าเฉลี่ย และค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์การกระจายตัวของข้อมูล ทศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุกัมที่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหา



ภาพที่ 2 Normal probability ของค่ามาตรฐานของความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุกัมที่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหา

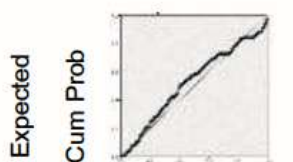
ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่าง Standardized residual (ZRESID) และ Standardized predicted value (ZPRED) ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุกัมที่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหา

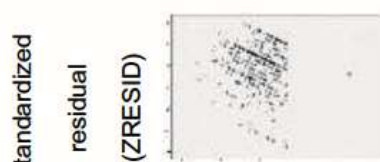
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Predicted Value	2.381	5.763	4.182	0.420
Residual	-2.932	1.321	0.000	0.583
Std. Predicted Value	-4.282	3.760	0.000	1.000
Std. Residual	-5.005	2.256	0.000	0.995

เมื่อพิจารณาภาพที่ 2 พบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานจากการพยากรณ์มีแนวโน้มใกล้เคียงเส้นตรง แสดงให้เห็นว่า การกระจายตัวของข้อมูลด้านทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหา มีแนวโน้มการแจกแจงปกติ เมื่อพิจารณาตารางที่ 1 จะพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (Residual) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับศูนย์ และเมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์จากภาพที่ 3 พบว่าข้อมูลมีลักษณะการกระจายตัวอยู่รอบศูนย์โดยไม่มีรูปแบบแสดงให้เห็นถึงค่าความแปรปรวนของค่าพยากรณ์มีค่าคงที่

1.2 การวิเคราะห์การกระจายตัวของข้อมูล ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล



Observed Cum Prob



Standardized predicted value (ZPRED)

ภาพที่ 4 Normal probability ของค่ามาตรฐานของความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล

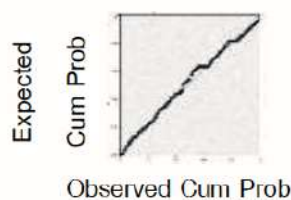
ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่าง Standardized residual (ZRESID) และ Standardized predicted value (ZPRED) ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูล ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล

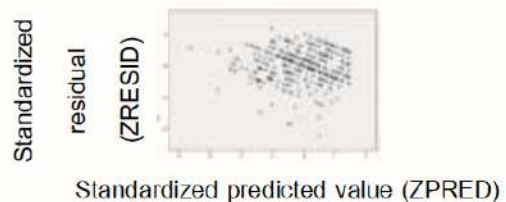
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Predicted Value	2.526	5.341	3.673	0.359
Residual	-3.165	1.598	0.000	0.835
Std. Predicted Value	-3.191	4.643	0.000	1.000
Std. Residual	-3.771	1.904	0.000	0.995

เมื่อพิจารณาภาพที่ 4 จะพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานจากการพยากรณ์มีแนวโน้มใกล้เคียงเส้นตรง แสดงให้เห็นว่า การกระจายตัวของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล มีแนวโน้มการแจกแจงปกติ เมื่อพิจารณาตารางที่ 2 จะพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (Residual) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับศูนย์ และเมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์จากภาพที่ 5 พบว่าข้อมูลมีลักษณะการกระจายตัวอยู่รอบศูนย์โดยไม่มีรูปแบบ แสดงให้เห็นถึงค่าความแปรปรวนของค่าพยากรณ์มีค่าคงที่

1.3 การวิเคราะห์การกระจายตัวของข้อมูล ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือก



ภาพที่ 6 Normal probability ของค่ามาตรฐานของความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือก



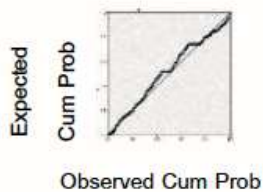
ภาพที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่าง Standardized residual (ZRESID) และ Standardized predicted value (ZPRED) ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูล ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือก

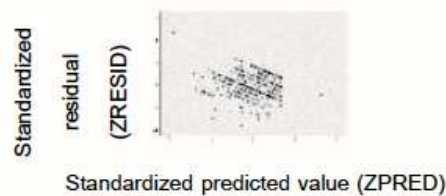
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Predicted Value	2.628	4.562	4.013	0.380
Residual	-2.207	1.174	0.000	0.491
Std. Predicted Value	-3.640	1.444	0.000	1.000
Std. Residual	-4.471	2.379	0.000	0.995

เมื่อพิจารณาภาพที่ 6 จะพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานจากการพยากรณ์มีแนวโน้มใกล้เคียงเส้นตรง แสดงให้เห็นว่า การกระจายตัวของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือก มีแนวโน้มการแจกแจงปกติ เมื่อพิจารณาตารางที่ 3 จะพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (Residual) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับศูนย์ และเมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์จากภาพที่ 7 พบว่าข้อมูลมีลักษณะการกระจายตัวอยู่รอบศูนย์โดยไม่มีรูปแบบ แสดงให้เห็นถึงค่าความแปรปรวนของค่าพยากรณ์มีค่าคงที่

1.4 การวิเคราะห์การกระจายตัวของข้อมูล ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ



ภาพที่ 8 Normal probability ของค่ามาตรฐานของความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ



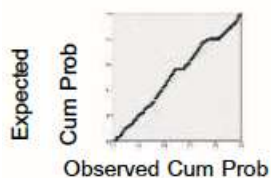
ภาพที่ 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง Standardized residual (ZRESID) และ Standardized predicted value (ZPRED) ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูล ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ

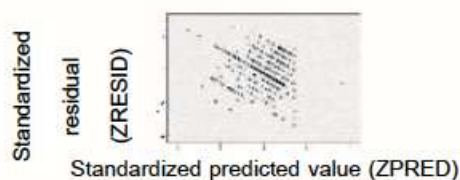
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Predicted Value	2.755	5.429	4.195	0.378
Residual	-1.782	2.244	0.000	0.482
Std. Predicted Value	-3.800	3.260	0.000	1.000
Std. Residual	-3.674	4.625	0.000	0.995

เมื่อพิจารณาภาพที่ 8 จะพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานจากการพยากรณ์มีแนวโน้มใกล้เคียงเส้นตรง แสดงให้เห็นว่า การกระจายตัวของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ มีแนวโน้มการแจกแจงปกติ เมื่อพิจารณาตารางที่ 4 จะพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (Residual) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับศูนย์ และเมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์จากภาพที่ 9 พบว่าข้อมูลมีลักษณะการกระจายตัวอยู่รอบศูนย์โดยไม่มีรูปแบบ แสดงให้เห็นถึงค่าความแปรปรวนของค่าพยากรณ์มีค่าคงที่

1.5 การวิเคราะห์การกระจายตัวของข้อมูล ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ



ภาพที่ 10 Normal probability ของค่ามาตรฐานของความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ



ภาพที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง Standardized residual (ZRESID) และ Standardized predicted value (ZPRED) ของข้อมูลทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ของข้อมูล ทศคนคดีมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจข้อบรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Predicted Value	2.852	5.388	4.102	0.358
Residual	-1.600	1.204	0.000	0.475
Std. Predicted Value	-3.487	3.589	0.000	1.000
Std. Residual	-3.353	2.522	0.000	0.995

เมื่อพิจารณาภาพที่ 10 จะพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานจากการพยากรณ์มีแนวโน้มใกล้เคียงเส้นตรง แสดงให้เห็นว่า การกระจายตัวของข้อมูลทศคนคดีมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจข้อบรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีแนวโน้มการแจกแจงปกติ เมื่อพิจารณาตารางที่ 5 จะพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (Residual) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับศูนย์ และเมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์จากภาพที่ 9 พบว่าข้อมูลมีลักษณะการกระจายตัวอยู่รอบศูนย์โดยไม่มีรูปแบบ แสดงให้เห็นถึงค่าความแปรปรวนของค่าพยากรณ์มีค่าคงที่

2. ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ทศคนคดีมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจข้อบรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน		ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน (β)	ค่าสถิติทดสอบ (t)	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value)
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (Constant)	0.890	0.241		3.689	0.000
ด้านประโยชน์ใช้สอย	0.171	0.061	0.144	2.779	0.006
ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์	0.106	0.080	0.087	1.321	0.187
ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง	0.357	0.080	0.312	4.493	0.000
ด้านหน้าที่ในด้านความรู้	0.127	0.046	0.154	2.734	0.007

$R = 0.585$, $R \text{ Square} = 0.342$, $\text{Adjusted } R \text{ Square} = 0.336$, $F = 51.390$, $\text{Sig. of } F = 0.000$, $\text{Durbin-watson} = 1.84$ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตัวแปรอิสระ X_1 คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย, X_2 คือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์, X_3 คือ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง, X_4 คือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้

ตัวแปรตาม Y คือ การตัดสินใจข้อบรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังนั้นสมการการถดถอยพหุคูณที่ได้ คือ $Y = 0.890^{**} + 0.171^{**} X_1 + 0.357^{**} X_3 + 0.127^{**} X_4$ และ $R^2 = 0.342$

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.585 แสดงว่าตัวแปรทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ริชาร์ด ภิญโญ (2558) มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.746 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ค่า 2 แสดงว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันนอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนจากตาราง ANOVA พบว่า มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหา มีความสัมพันธ์เป็นเส้นตรงจึงสามารถนำมาทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง ($\beta = 0.312$) รองลงมาคือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้ ($\beta = 0.154$) รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ($\beta = 0.144$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์ ($\beta = 0.087$) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหา ทั้งนี้สามารถอธิบายการให้ความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหาได้ร้อยละ 34.2

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาคำถาม

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน		ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน (β)	ค่าสถิติทดสอบ (t)	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value)
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (Constant)	0.816	0.346		0.360	0.019
ด้านประโยชน์ใช้สอย	0.275	0.088	0.184	0.122	0.002
ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์	0.142	0.115	0.093	0.237	0.217
ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง	0.105	0.114	0.072	0.922	0.357
ด้านหน้าที่ในด้านความรู้	0.148	0.066	0.142	0.231	0.026

$R = 0.395$, $R \text{ Square} = 0.156$, $\text{Adjusted } R \text{ Square} = 0.148$, $F = 18.276$, $\text{Sig. of } F = 0.000$, $\text{Durbin-watson} = 1.53^*$ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 , *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตัวแปรอิสระ X1 คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย, X2 คือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์, X3 คือ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง, X4 คือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้

ตัวแปรตาม Y คือ การตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังนั้นสมการการถดถอยพหุคูณที่ได้ คือ $Y = 0.816^* + 0.275^{**} X1 + 0.148^* X4$ และ $R^2 = 0.156$

จากตารางที่ 7 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.395 แสดงว่าตัวแปรทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาคำถาม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ริชาร์ด ภิญโญ (2558) มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.746 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ค่า 2 แสดงว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันนอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนจากตาราง ANOVA พบว่า มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาคำถาม มีความสัมพันธ์เป็นเส้นตรง จึงสามารถนำมาทดสอบการวิเคราะห์

การถดถอยพหุคูณได้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ด้านประโยชน์ใช้สอย ($\beta = 0.184$) รองลงมาคือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้ ($\beta = 0.142$) รองลงมาคือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์ ($\beta = 0.093$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง ($\beta = 0.072$) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล ทั้งนี้สามารถอธิบายการให้ความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ปัญหาได้ร้อยละ 15.6

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 3

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน		ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน (β)	ค่าสถิติทดสอบ (t)	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value)
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (Constant)	0.932	0.203		0.582	0.000
ด้านประโยชน์ใช้สอย	0.356	0.052	0.348	0.878	0.000
ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์	0.107	0.068	0.102	0.581	0.115
ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง	0.231	0.067	0.233	0.450	0.001
ด้านหน้าที่ในด้านความรู้	0.032	0.039	0.046	0.830	0.407

$R = 0.612$, R Square = 0.375, Adjusted R Square = 0.369, $F = 59.273$, Sig. of $F = 0.000$, Durbin-watson = 1.84** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตัวแปรอิสระ X1 คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย, X2 คือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์, X3 คือ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง, X4 คือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้

ตัวแปรตาม Y คือ การตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังนั้นสมการการถดถอยพหุคูณที่ได้ คือ $Y = 0.932^{**} + 0.356^{**} X1 + 0.231^{**} X3$ และ $R^2 = 0.375$

จากตารางที่ 8 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.612 แสดงว่าตัวแปรทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือก มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ริชเรดา ภิญโญ (2558) มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.746 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ค่า 2 แสดงว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนจากตาราง ANOVA พบว่า มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือก มีความสัมพันธ์เป็นเส้นตรง จึงสามารถนำมาทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ด้านประโยชน์ใช้สอย ($\beta = 0.348$) รองลงมาคือ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง ($\beta = 0.233$) รองลงมาคือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์ ($\beta = 0.102$) ด้านการประเมินผลทางเลือก ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร อีก 1 ด้าน ได้แก่ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้ ($\beta = 0.046$) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือก ทั้งนี้สามารถอธิบายการให้ความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลทางเลือกได้ร้อยละ 37.5

สมมติฐานที่ 4 ทศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 4

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน		ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน (β)	ค่าสถิติทดสอบ (t)	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value)
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (Constant)	0.148	200		0.744	0.000
ด้านประโยชน์ใช้สอย	0.187	0.051	0.186	0.686	0.000
ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์	0.196	0.066	0.189	0.951	0.003
ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง	0.231	0.066	0.236	0.503	0.001
ด้านหน้าที่ในด้านความรู้	0.094	0.038	0.135	0.464	0.014

$R = 0.617$, $R \text{ Square} = 0.381$, Adjusted $R \text{ Square} = 0.375$, $F = 60.769$, Sig. of $F = 0.000$, Durbin-watson = 1.85** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 , *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตัวแปรอิสระ X1 คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย, X2 คือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์, X3 คือ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง, X4 คือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้

ตัวแปรตาม Y คือ การตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังนั้นสมการการถดถอยพหุคูณที่ได้ คือ $Y = 0.148^{**} + 0.187^{**} X1 + 0.196^{**} X2 + 0.231^{**} X3 + 0.094^{**} X4$ และ $R^2 = 0.381$

จากตารางที่ 9 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.617 แสดงว่าตัวแปรทศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ริชาร์ด ภิญโญ (2558) มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.746 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ค่า 2 แสดงว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนจากตาราง ANOVA พบว่า มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรทศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ มีความสัมพันธ์เป็นเส้นตรง จึงสามารถนำมาทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง ($\beta = 0.236$) รองลงมาคือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์ ($\beta = 0.189$) รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ($\beta = 0.184$) และน้อยที่สุดคือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้ ($\beta = 0.135$) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้สามารถอธิบายการให้ความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 38.1

สมมติฐานที่ 5 ทศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 5

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน		ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน (β)	ค่าสถิติทดสอบ (t)	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value)
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (Constant)	0.222	0.197		0.212	0.000
ด้านประโยชน์ใช้สอย	0.294	0.050	0.301	0.877	0.000
ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์	0.106	0.065	0.106	0.627	0.105
ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง	0.165	0.065	0.174	0.548	0.011
ด้านหน้าที่ในด้านความรู้	0.110	0.038	0.162	0.924	0.004

$R = 0.602$, $R \text{ Square} = 0.363$, $\text{Adjusted } R \text{ Square} = 0.356$, $F = 56.188$, $\text{Sig. of } F = 0.000$, $\text{Durbin-watson} = 1.79$ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตัวแปรอิสระ X_1 คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย, X_2 คือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์, X_3 คือ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง, X_4 คือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้

ตัวแปรตาม Y คือ การตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังนั้นสมการการถดถอยพหุคูณที่ได้ คือ $Y = 0.222^{**} + 0.294^{**} X_1 + 0.165^{*} X_3 + 0.110^{**} X_4$ และ $R^2 = 0.363$

จากตารางที่ 10 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.602 แสดงว่าตัวแปรต้นคดีมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ริชดา ภิญโญ (2558) มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.746 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ค่า 2 แสดงว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนจากตาราง ANOVA พบว่า มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรต้นคดีมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีความสัมพันธ์เป็นเส้นตรง จึงสามารถนำมาทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ เมื่อพิจารณาว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ด้านประโยชน์ใช้สอย ($\beta = 0.301$) รองลงมาคือ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง ($\beta = 0.174$) รองลงมาคือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้ ($\beta = 0.162$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์ ($\beta = 0.106$) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ทั้งนี้สามารถอธิบายการให้ความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อได้ร้อยละ 36.3

อภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่า ทศนคดีมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านทัศนคติ สรุปผลได้ดังนี้ ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านหน้าที่ในด้านความรู้ และรองลงมาตามอันดับ คือ ด้านการป้องกันความเป็นตัวเอง ด้านการสะท้อนภาพลักษณ์ และด้านประโยชน์ใช้สอย ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีผลกระทบเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปารมี พัฒนกุล (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมีผลกับการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม แสดงว่าเมื่อผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมว่า

เป็น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคในการช่วยให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับที่สูงตามไปด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัย ชมจันทร์ ดาวเดือน (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากผ้าทอโบราณบ้านผาหัง จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ประโยชน์ใช้สอยสำหรับงานออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องสนองตอบการใช้งานได้ตามที่ออกแบบไว้ มิใช่ออกแบบให้สวยงามอย่างเดียว ในปัจจุบันประโยชน์ใช้สอยสามารถสร้างจุดขายที่ดีให้กับสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัย ศ.ดร.เกษม จันทรแก้ว (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมในอนาคต พบว่า บทบาทหน้าที่ต่อวิถีชีวิตมนุษย์ตามสถานการณ์ (existing) ของโครงสร้างของตัวมันเองกล่าวคือถ้าสิ่งแวดล้อม โดยมีโครงสร้างสมบูรณ์เท่าไรจะทำหน้าที่ที่สมบูรณ์เท่านั้น อย่างพอเพียงจึงเป็นหน้าที่ของมนุษย์เช่นกันที่ต้องจัดการ ให้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อบริการให้มนุษย์ แบบยั่งยืนเช่นกัน

นอกจากนั้นการศึกษารังนี้ยังพบว่า ทศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ สรุปผลได้ดังนี้ ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านการตัดสินใจซื้อ และรองลงมาตามอันดับ คือ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการประเมินผลทางเลือก และด้านด้านการค้นหาข้อมูลซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีผลกระทบเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย วิรภัทร วัสสระ (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า อุปโภคบริโภคที่ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่พบว่าส่วนใหญ่ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น ส่วนใหญ่จะตอบว่ามีคุณภาพใกล้เคียงกับ ผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในตลาด รองลงมาตอบว่ามีคุณภาพที่ดีกว่า และมีส่วนน้อยมากที่ตอบว่ามี คุณภาพด้อยกว่า ซึ่งทำให้เข้าใจว่าผู้บริโภคสามารถรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ในด้านราคา และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคได้ตอบว่า ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น จะมีราคาที่เหมาะสมกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน และจะมีราคาใกล้เคียงกับ สินค้าประเภทเดียวกัน ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และมองว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมนี้ ค่อนข้างปลอดภัยกับผู้บริโภค ความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเรื่องความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ที่ ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่ให้คำอธิบายของความคุ้มค่าที่ได้รับ และสอดคล้องกับงานวิจัย ญักรูพงศ์ วิงวอน และดาริณี ต้นทวีษฐ์ (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโท ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่า การค้นหาข้อมูลส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลและรับรู้ข้อมูลการศึกษาต่อ จากบุคคลในครอบครัวและรอบข้าง รองลงมาจากแหล่งข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต จากสื่อประชาสัมพันธ์และจากบุคลากร ของข้อมูลที่ค้นคว้า และสอดคล้องกับงานวิจัย วรุตม์ ประไพพิศ (2556) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ ซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า หลังจากผู้บริโภคซื้อและทดลองใช้ ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ของความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ จากที่มีการซื้อ ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ความรู้สึกขึ้นกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเป็นไปตามที่เขาคาดหวัง เขาจะพอใจและมีการซื้อซ้ำ ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติ ต่ำกว่าที่คาดหวัง เขาจะไม่พอใจและไม่ซื้ออีก

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะ 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

1.1 ผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทุกยี่ห้อควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ซึ่งด้านการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือซื้อบรรจุภัณฑ์เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาทำกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

1.2 บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทุกยี่ห้อควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหน้าที่ในด้านความรู้ คือ ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถช่วยลดภาวะโลกร้อนได้มากขึ้น สามารถช่วยลดผลกระทบจากขยะได้รวดเร็วขึ้น สามารถช่วยลดมลพิษจากการผลิตหรือย่อยสลายได้มากขึ้น สามารถช่วยลดปัญหาทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้งานการผลิตมากขึ้น และสามารถช่วยลดปริมาณขยะที่มีอยู่ในปัจจุบันได้มากขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์กับการแข่งขันในตลาด เพื่อนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

2.1 เพื่อให้การวิจัยกระบวนการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสัมฤทธิ์ผลในครั้งต่อไปควรศึกษาถึงผู้ซื้อในพื้นที่อื่นๆ เพื่อหาความแตกต่าง ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างในด้าน ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเพิ่มด้านส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค บทบาทของภาครัฐ

บรรณานุกรม

- กนกอร นิลวรรณจะณกุล, และ ปวีณา คำพุทะ. (2556). ความรู้และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสาร บริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 2(3), 65-83.
- กรวิณฑ์ กรประเสริฐวิทย์. (2557). *ทัศนคติความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม และคุณลักษณะการใช้งาน ของเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้เครื่องชำระค่าโทรศัพท์อัตโนมัติ ของ ประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจน์จิตา กรพัชรพรสกุล, และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2559). อิทธิพลของผู้บริโภคสีเขียวและจิต สาธารณะที่ส่งผลต่อความ ตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 21(3), 123-131.
- เกศรินทร์ ลิลิตตระกูล, และ รัชนิวรรณ ยืนยงมงคลชัย. (2557). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- เกษม จันทรแก้ว. (2558). การจัดการสิ่งแวดล้อมในอนาคต. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 20(1), 13-19.
- โกมลมณี เกดตะพันธ์. (2559). *พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม* (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณวิทยาเขตสงขลา.
- จริยา มหาเทียร. (2559). *การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม* (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- จริยา ศรีจรรณ. (2557). *การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม* (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- จารุวดี แก้วมา. (2559). *ค่านิยมของผู้บริโภคและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิราพร จุลละกะ, และดาริณี ตันทวีเชฐ. (2560). พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง. *วารสารรวม บทความวิจัยบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*, 6(1), 1-10.
- ชมจันทร์ ดาวเดือน. (2558). การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากผ้าทอโบราณบ้านผาหัง จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 6(1), 121-133.
- ชมพูนุท กิตติดุลยการ. (2558). *การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐพงศ์ วิงวอน, และ ดาริณี ตันทวีเชฐ. (2560). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษา ต่อระดับปริญญาโท ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง. *วารสารรวมบทความวิจัย บริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*, 6(1), 20-31.
- ณัฐนิชา นิลยัสส, และขวัญกมล ดอนขวา (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค. *วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 9(2), 57-67.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอส อาร์ พรินติ้งแมสโปรดักต์ จำกัด.

- จิรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- จิระดา ภิบาล. (2558). ความสำเร็จตามพันธกิจการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 10(2), 101-115.
- ประพิศ ธารักษ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อนของผู้บริโภค. *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 12(1), 70-81.
- ปิ่นรส โกศลนันท์. (2558). *ภาพลักษณ์ของตราสินค้าพานาโซนิค ในการรับรู้ของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปารมี พัฒนกุล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรุตม์ ประไพศักดิ์. (2556). *ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีรภัทร วิสสระ. (2558). *การศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถานการณ์ปัญหาขยะในประเทศไทย. (2561, 6 กรกฎาคม). *School of changemakers*. สืบค้น 12 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/11678>.
- สมฤดี นิโครพัฒน์ยิ่งยง, และเสรินทร์ ปุณณะหิตานนท์. (2559). ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 8(1), 21-26.
- สิริณัฐ สดประเสริฐ. (2558). *การรับรู้และพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็น หลังชมละครโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภท เฟสบุ๊ค* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุกัญญา หมู่เย็น. (2559). *พฤติกรรมการบริโภคสินค้าสีเขียวของประชาชนใน ตำบลบางปรอก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- สุกัญญา หมู่เย็น, และวิรุณ กาญจนพิบูลย์. (2558). *พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอาหารสำเร็จรูปที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้ซื้อ ในตลาดริมน้ำวัดศาลเจ้า ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- เอ็มอาร์จีออนไลน์. (2561, 27 กุมภาพันธ์). *ประเทศไทยรุกช่วยโลก ลดขยะในทะเล*. ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้น 12 ธันวาคม 2561, จาก <https://mgronline.com/greeninnovation/detail/9610000020153>.
- BLT. (2560). *ขยะวาระแห่งชาติ*. สืบค้น 12 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.bltbangkok.com/CoverStory>.
- González Boubeta, I., Fernández Vázquez, M., Domínguez Caamaño, P., & Prado Prado, J. (2018). Economic and environmental packaging sustainability: A case study. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 11(2), 229-238. doi:<http://dx.doi.org/10.3926/jiem.2529>
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24(2), 163-204. from <https://doi.org/10.1086/266945>
- Kotler, P. (2015). *Marketing management* (Global Edition). London: A Pearson Education Company.