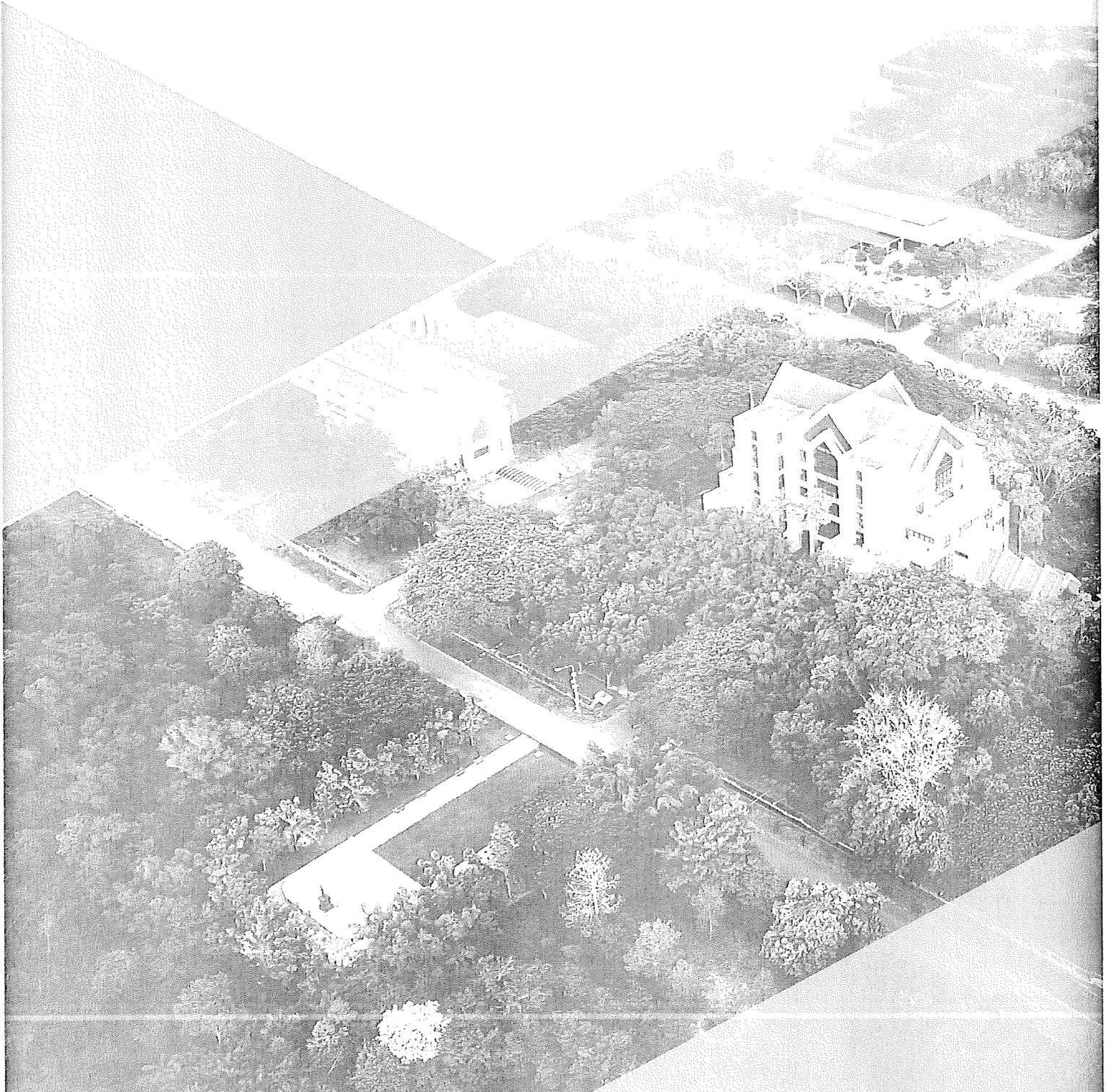




คณะบริหารวิทยา  
Faculty of Management Science

# รายงานสืบเนื่อง

## การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2563



Management and Development  
Faculty of Management Science  
Srinakharinwirot University  
112, Phra Pradaeng Road, Pradaeng District, Bangkok 10132, Thailand  
Tel: 02-2549000 Fax: 02-2549001  
E-mail: info@ms.fsu.ac.th



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 16/2563

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ  
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2563

ตามที่คณะกรรมการจัดการ ได้กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2563 ในวันศุกร์ที่ 22 พฤษภาคม 2563 เพื่อเป็นเวทีการนำเสนองานวิชาการ วิจัย และผลงานสร้างสรรค์ในระดับชาติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ อาศัยอำนาจตามความมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2559 จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ เพื่อทำหน้าที่ประเมินผลงานทางวิชาการ ดังผู้รายนามต่อไปนี้

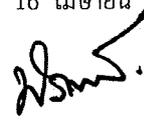
- |   |               |
|---|---------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย อารักษ์โพชนงค์ | ประธานกรรมการ |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์         | กรรมการ       |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร     | กรรมการ       |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ       | กรรมการ       |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก           | กรรมการ       |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา         | กรรมการ       |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.นันทินต์ วาณิชชีวะ         | กรรมการ       |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์           | กรรมการ       |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์           | กรรมการ       |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทร์ พลอยแหวน            | กรรมการ       |
| 11. รองศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์ วิจิตรพัชรภรณ์   | กรรมการ       |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์  | กรรมการ       |
| 13. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรธริรัฐ      | กรรมการ       |
| 14. รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์      | กรรมการ       |
| 15. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา ธาดานิติ          | กรรมการ       |
| 16. รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา นิยมภา             | กรรมการ       |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา พรรณราย         | กรรมการ       |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ รักชาติเจริญ    | กรรมการ       |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกตุวดี สมบูรณ์ทวี    | กรรมการ       |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต   | กรรมการ       |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษตรพร พรหมนิมิตกุล  | กรรมการ       |

22.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต	กรรมการ
23.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุฒจรรย์	กรรมการ
24.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	กรรมการ
25.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะฉนวนิษา	กรรมการ
26.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรญา ลิขหรัศนรักษ์	กรรมการ
27.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุดา พุฒจรรย์	กรรมการ
28.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภฤต สังข์เฉย	กรรมการ
29.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์ภูติท เตชาติวัฒน์	กรรมการ
30.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป ฉัตรสุภาวงศ์	กรรมการ
31.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพล เปรมทองสุข	กรรมการ
32.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา มีสุข	กรรมการ
33.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะพงษ์ จันทร์ใหม่มูล	กรรมการ
34.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง	กรรมการ
35.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญรติ จันทร์ภักดิ์	กรรมการ
36.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภพ สวัสดิ์	กรรมการ
37.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีรัตน์ สุขเกษม	กรรมการ
38.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	กรรมการ
39.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล	กรรมการ
40.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระบิล พันภัย	กรรมการ
41.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชเนีย บังเมฆ	กรรมการ
42.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐพล อันแจ่ม	กรรมการ
43.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
44.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจริญกุลอักษร	กรรมการ
45.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	กรรมการ
46.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล	กรรมการ
47.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัทยา ตันจันทร์พงศ์	กรรมการ
48.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	กรรมการ
49.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิรัตน์ กิตติพงษ์วิเศษ	กรรมการ
50.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรมงคล นิมจิตต์	กรรมการ
51.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนีย์ พวงยามณี	กรรมการ
52.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา	กรรมการ
53.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพงศ์ พิระเชื้อ	กรรมการ
54.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สโรบล	กรรมการ
55.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาชวีภุชัญญ์ น้อมเนียน	กรรมการ
56.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ หนูผล	กรรมการ
57.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล	กรรมการ
58.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จอมภักดิ์ คลังระหัด	กรรมการ
59.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร	กรรมการ

60. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนท หอมสุด	กรรมการ
61. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาดยา อยู่คง	กรรมการ
62. อาจารย์ ดร.กนิษฐา แยมโพธิ์ใช้	กรรมการ
63. อาจารย์ ดร.กฤษฎา พรประภา	กรรมการ
64. อาจารย์ ดร.โกสินทร์ เตชะนิยม	กรรมการ
65. อาจารย์ ดร.จันทิมา บรรจงประเสริฐ	กรรมการ
66. อาจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย	กรรมการ
67. อาจารย์ ดร.ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง	กรรมการ
68. อาจารย์ ดร.ชัชฌนพงศ์ ศิริโชตินิศากร	กรรมการ
69. อาจารย์ ดร.ฐิติกรณ์ ยาวิไชย จารีกศิลป์	กรรมการ
70. อาจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร	กรรมการ
71. อาจารย์ ดร.ฐิติมา เวชพงศ์	กรรมการ
72. อาจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข	กรรมการ
73. อาจารย์ ดร.ทิพวรรณ กำศิริมงคล	กรรมการ
74. อาจารย์ ดร.ธีรวัช สุขวิสัยศิริณ	กรรมการ
75. อาจารย์ ดร.นพดล โทวิชัยกุล	กรรมการ
76. อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล	กรรมการ
77. อาจารย์ ดร.นฤมล อรุโณทัย	กรรมการ
78. อาจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว	กรรมการ
79. อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา	กรรมการ
80. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท	กรรมการ
81. อาจารย์ ดร.ปริญญา นาคปฐม	กรรมการ
82. อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์	กรรมการ
83. อาจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล	กรรมการ
84. อาจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ	กรรมการ
85. อาจารย์ ดร.พลอย สุดอ่อน	กรรมการ
86. อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์	กรรมการ
87. อาจารย์ ดร.ภวินท์ธนา เจริญบุญ	กรรมการ
88. อาจารย์ ดร.ภาสนันทน อัครวิกษ์	กรรมการ
89. อาจารย์ ดร.เมษธาวิ นพลโยธี	กรรมการ
90. อาจารย์ ดร.รักชนก โสภาศิต	กรรมการ
91. อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทร์ธนะกุล	กรรมการ
92. อาจารย์ ดร.วงศ์รัตดา วีระไพบุลย์	กรรมการ
93. อาจารย์ ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์	กรรมการ
94. อาจารย์ ดร.ศรายุทธ แสนมี	กรรมการ
95. อาจารย์ ดร.ศิระ ศรีโยธิน	กรรมการ
96. อาจารย์ ดร.ศิริพร เผือกผ่อง	กรรมการ
97. อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จารีกศิลป์	กรรมการ

98. อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	กรรมการ
99. อาจารย์ ดร.สุณี คำนวลศิลป์	กรรมการ
100. อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร	กรรมการ
101. อาจารย์ ดร.อภิญญา บุญपालิต	กรรมการ
102. อาจารย์ ดร.มรกต กำแพงเพชร	กรรมการ
103. ดร.จิรภิญญา สันนิปางกูร	กรรมการ
104. อาจารย์ รชกร วชิรสิโรตม	เลขานุการ
105. นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม	ผู้ช่วยเลขานุการ

สั่ง ณ วันที่ 16 เมษายน พ.ศ. 2563



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สนามบินข้ามภูมิภาค กรณีศึกษา สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง สุนทรีย์ บุญประเวช และ จิราภา พึ่งบางกรวย.....	121
ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสม ของสมุนไพรไทยของผู้บริโภคเงินเนอเธอร์แลนด์ ในจังหวัดชลบุรี นฤมล เสรีจกิจ และ จิราภา พึ่งบางกรวย.....	132
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการรับรู้ที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ที่ทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร สาวิตรี แผนสมบุญ และ จิตพนธ์ ชุมเกตุ.....	145
แรงจูงใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติของร้านกาแฟมวลชน ชนากานต์ พรงาม และ จิตพนธ์ ชุมเกตุ.....	158
ผลกระทบของความแตกต่างของการจ่ายค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ : หลักฐานเชิงประจักษ์จากประเทศไทย เด่นนภา แผงด้านกลาง และ อัจฉรา ชนากลาง.....	171
การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล กานต์ชนิด เลิศสิริเพียร และ กฤษณ์ รักษาติเจริญ.....	187
แรงผลักดันในการตัดสินใจทำสัลยกรรมความงามของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศชาวไทย ชินกร ภาสบุตร, นภัสมน มั่งคั่ง, ปวีณา มณีพันธ์, สุเบญณี สุขขวรรกุล, สุพรรณภรณ์ แสงสุขเยี่ยม และ ระชานนท์ ทวีผล.....	198
แนวทางการประกอบการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา เสน่ห์คาเฟ่ แอนด์ เวิร์คชอปสตูดิโอ รัชมงคล ทองหล่อ, กิตติธัช กิตติขยานันท์, ธนวรรษ จันทรคณา, บุษกร ปัตตานี, พัชรภรณ์ โชคบุญธิยานนท์ และ พิชดา บุณนาค.....	219
ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำในบริบทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค วชร ใจเย็น, สุภกรณ์ สุขคล้าย และ ธาดาธิเบศร์ ภูทอง.....	234
ความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลคอมเมิร์ซของผู้บริโภควัยรุ่นกลุ่มเนอเธอร์แลนด์ พิมพ์สุภัก จันทรปุ๊ก, วสุนันท์ พานลิน และ ธาดาธิเบศร์ ภูทอง.....	247

## ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการรับรู้ที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ที่ทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

DEMOGRAPHIC FACTORS AND PERCEPTIONS THAT AFFECTED ATTITUDE TOWARDS ORGANIC PRODUCTS  
MADE FROM FOOD WASTE OF CONSUMERS IN BANG KHAE DISTRICT, BANGKOK

สาวิตรี แผนสมบุญ<sup>1</sup> และ จิตพนธ์ ชุมเกตุ<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปู้ทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภคในเขตบางแคกรุงเทพมหานครและ (2) เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปู้ทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มจำนวนตัวอย่างมี 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผลการทดสอบความเชื่อมั่นทั้งฉบับคือ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าสถิติพื้นฐาน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ T-test วิธี One-way ANOVA ด้วยสถิติ F-test ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Least Significant Difference) และสถิติ Pearson's Correlation Coefficient ผลการศึกษาพบว่า (1) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 19-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000บาท (2) ส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์มีความปลอดภัยไร้สารเคมี การจัดจำหน่ายผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์มีสถานที่จำหน่ายใกล้และสะดวก อยู่ในระดับมาก การรับรู้ที่น้อยที่สุดคือการรณรงค์และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ (3)ด้านทัศนคติส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ไม่ใช่ปุ๋ยเคมี มีความรู้สึกปลอดภัยต่อสุขภาพ ยินดีที่จะแนะนำให้เพื่อน/คนรู้จักซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ และจะซื้อสินค้าหากสามารถช่วยลดมลภาวะ และรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

คำสำคัญ : ประชากรศาสตร์, ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร, เศษอาหาร

<sup>1</sup> นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

## Abstract

The purposes of this research were to (1) to study the demographic factors of consumers affecting the attitude towards organic products that is made from food waste of consumers in Bang Khae District, Bangkok, and (2) to study the perception of Consumers have an influence on attitudes about organic products that is made from food waste of consumers in Bang Khae District, Bangkok. The sample group was consisted 400 samples. An instrument used in the study was a questionnaire, with its reliability of 0.95. The statistics used for data analysis consisted of Basic statistics, frequency, percentage, averages, standard deviations, T-test statistics, One-way ANOVA with F-test, test for differences in pairs by LSD (Least Significant Difference) and Pearson's Correlation Coefficient results. The findings revealed that (1) the most of group were male an age between 19-30 years. A status are single with bachelor's degree in education. The most are students or undergraduate whose income is less than or equal to 15,000 baht. (2) Most of them are aware that organic products are safe without chemicals. Distribution most consumers perceive that organic products have convenient sales locations as a high level. The least perceived is the campaign and public relations about organic products. (3) Regarding attitude, most of them have knowledge and understanding that organic products do not use chemical fertilizers. Feeling safe for health. And willing to recommend to friends / acquaintances to buy organic products and will buy products if it can help reduce pollution and can save the environment, with statistical significance level of 0.05.

**Keywords:** Demography, organic products, food waste

### 1. บทนำ

ทั่วโลกต่างเห็นว่า ประเทศไทยคือประเทศแห่งเกษตรกรรม ซึ่งเป็นอาชีพหลักของคนไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันด้วยพื้นที่ของประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์มากการเกษตรในประเทศไทยจึงมีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการเกษตร การวิจัยการเกษตรและมีความรู้ทางด้านจัดสรรที่ดินที่ดี (จूरรัตน์จันทร์เจียม, 2555) ในปัจจุบันผู้คนทั่วโลกมีแนวคิดและสนใจการทำเกษตรกรรมในชุมชนเมืองขนาดใหญ่มากขึ้น เช่น นิวยอร์กลอนดอน ปารีส โตเกียว รวมทั้งกรุงเทพมหานคร ที่ออกมานำพื้นที่ว่างเปล่าข้าง ๆ บ้าน พื้นที่บริเวณระเบียงคอนโด มาปรับปรุงเป็นพื้นที่ปลูกผักหรือเลี้ยงสัตว์บนพื้นที่ที่มีจำกัดได้ การทำการเกษตรกรรมในเมืองถือว่ามีรายได้เปรียบกว่าการทำเกษตรกรรมในพื้นที่ชนบท ทั้งด้านการผลิตอาหาร เกษตรกรรมในเมืองสามารถส่งอาหารที่สดใหม่ถึงมือผู้บริโภคได้ดีกว่าเกษตรกรรมในชนบท เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมือง ทำให้เกษตรกรรมในเมืองได้เปรียบเรื่องการขนส่ง (Sarah Taylor Lovell, 2010)

จากสถานการณ์ของขยะมูลฝอยภายในจังหวัดกรุงเทพมหานครในปี 2560 มีขยะประเภทมูลฝอยประมาณ 4.88 ล้านตัน (ร้อยละ 18) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี จากการขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็ว การที่มีประชากรเพิ่มขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลง จึงทำให้การกำจัดขยะมูลฝอยยังไม่สามารถดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพได้ นอกจากนี้การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการกำจัดขยะจากครัวเรือนในชุมชนอีกทั้ง

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีความพร้อมในการให้บริการของการดำเนินงานเก็บขยะมูลฝอยให้สอดคล้องกับ ค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บไป มีผลทำให้ขาดการได้รับความร่วมมือจากประชาชนในชุมชน (กรมควบคุมมลพิษ , 2560) และมีขยะมูลฝอยตกค้างสะสมอยู่ถึง 19.94 ล้านตันซึ่งการลดขยะมูลฝอยทำได้โดยการคัดแยกขยะ และขยะมูลฝอย บางชนิดยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น เศษอาหาร ผัก ผลไม้ นำไปทำปุ๋ยหมักอินทรีย์ที่ใช้บำรุงดินเพื่อ การเกษตร การกำจัดขยะประเภทเศษอาหารโดยนำไปทำปุ๋ยหมักนั้นได้รับความนิยมอย่างมากเนื่องจากเป็นจะได้ กำจัดขยะแล้วยังทำให้ได้ปุ๋ยที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป(ปิยชาติ ศิลสุวรรณ, 2558)

สภาพแวดล้อมในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากผู้คนทั่วโลกให้ความสนใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงทำให้พฤติกรรมในการบริโภคอาหารของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปเช่นกันแต่เดิมความนิยมของผู้บริโภคมี ความชอบในการรับประทานอาหารสุขภาพรวมกับในปัจจุบันเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ผู้คนหันมาสนใจทำให้ความนิยมใน การบริโภคนั้นเปลี่ยนไป ผู้บริโภคแล้วแต่คำนึงถึงเรื่องการลดขยะจากเศษอาหาร และการกำจัดขยะที่มาจากเศษ อาหารให้หมดไปให้เกิดความคุ้มค่าและยั่งยืนที่สุด นิยมเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุดส่งผลถึงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อของที่ดีที่สุดใหม่สะอาดปลอดภัยจากยา ฆ่าแมลงและการทำการเกษตรนั้นต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สิ่งที่ผู้บริโภคทั่วโลก รวมถึง ประเทศไทยในปัจจุบันมีความนิยมและคำนึงถึงเป็นอย่างมากนอกจากต้องการที่จะได้การบริโภคอาหารที่ดีแล้วนั้นก็ ต้องมีวิธีการที่ดีที่สุดในการกำจัดขยะจากเศษอาหารที่เหลือด้วยเช่นกัน (WBCSD , 2018)

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้และทัศนคติของผู้คนในชุมชนเขตบางแคจังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนหันมาใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ให้ความสำคัญกับปัญหาขยะที่เกิดขึ้นกันเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกระบวนการในการได้มาของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ผู้คนยังให้ความสำคัญกับการรับประทานพืชผลที่ ปลอดภัยทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้การที่มีเกษตรกรรมในชุมชนเมื่อนำเอาเศษอาหารจากคนใน ชุมชนมาทำเป็นปุ๋ยหมักอินทรีย์ แล้วนำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรนั้นออกมาขายกลับคืนสู่ผู้บริโภคอีกครั้ง เพื่อเป็น การนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์อีกครั้ง ลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดเศษอาหารทั้งในชุมชนและเกษตรกรในการซื้อปุ๋ย อินทรีย์

## 2. วัตถุประสงค์

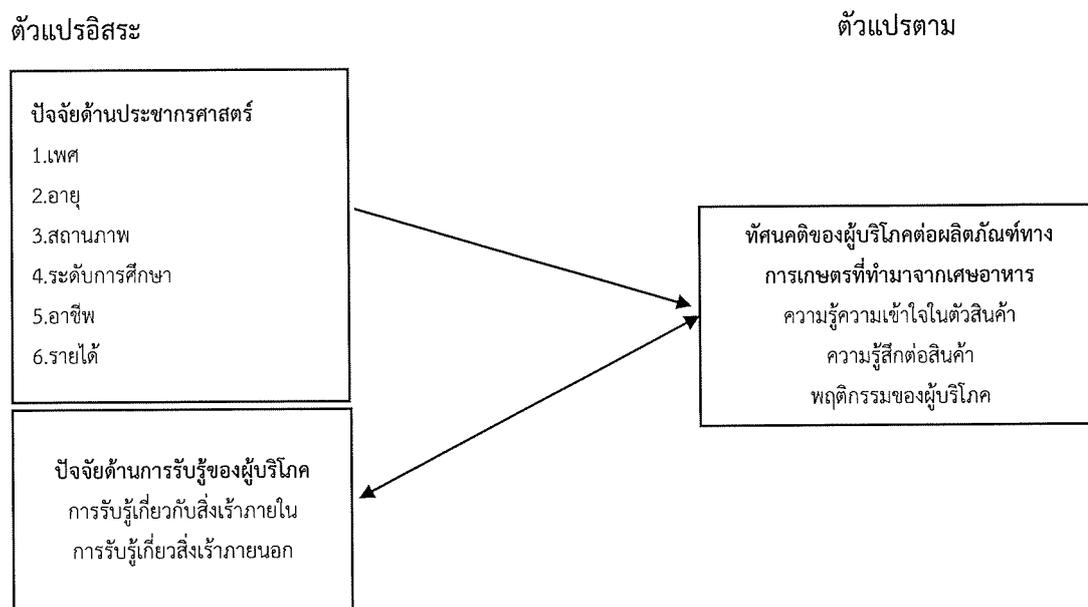
2.1 เพื่อศึกษาการจำแนกปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทาง การเกษตรที่ปุ๋ยทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ของผู้บริโภคมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปุ๋ยทำมาจาก เศษอาหารของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

## 3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปุ๋ยทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภค ปัจจัยด้านการรับรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปุ๋ยทำมาจากเศษอาหารของ ผู้บริโภค

#### 4. กรอบแนวคิด



#### 5. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ คนเรามีแนวโน้มที่จะดู ฟัง และสื่อสารตาม บทบาททางเพศ การศึกษา ความสนใจและความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ เหล่านั้น สถานภาพทางสังคมและอื่น ๆ ที่เป็นกรอบแนวคิดอ้างอิงถึง ทฤษฎีนี้ คุณสมบัติที่แตกต่างกันเหล่านี้ทำให้เกิดความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ การรับรู้ (ธนะสิทธิ์ เกษมไชยานันท์, 2544) ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกัน ด้านหลักประชากรศาสตร์ที่นิยมนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมีดังนี้ (ธนะสิทธิ์ เกษมไชยานันท์, 2544) ด้านเพศ ด้านอายุ การศึกษา ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค การรับรู้ หมายถึง กระบวนการรับสิ่งเร้าต่างๆ แล้วนำมาตีความถึงแม้ว่าบุคคลทั้งสองจะรับสิ่งเร้าแบบเดียวกันแต่การตีความนั้นสามารถแตกต่างกันได้ โดยขึ้นกับ ความรู้ ประสบการณ์ ความต้องการและความคาดหวังของบุคคล (Schiffman and Kanuk, 2004) การที่ผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากการสื่อสารทางการตลาดมาจากการกระตุ้นจากผู้ประกอบการทางด้านกายภาพ (Physical Stimuli) นั้นเรียกว่า “สิ่งเร้าทางการตลาด” (Marketing Stimuli) สิ่งเร้าทางการตลาดจะมีสิ่งเร้าภายใน (Intrinsic or Primary Stimuli) ได้แก่ สินค้าและส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้า และสิ่งเร้าภายนอก (Extrinsic or Secondary Stimuli) ได้แก่ คำพูด รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้า (Assael H., 1998)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ กล่าวถึงความหมายของทัศนคติว่า เป็นความรู้สึกความคิดเห็นของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นสิ่งของ สถานที่ เหตุการณ์ ข้อเสนอต่าง ๆ ในทางสนับสนุนหรือต่อต้าน ซึ่งมนุษย์จะแสดงพฤติกรรมออกมาแบบเดียวกันตลอด (สมเกียรติ วงศ์ประเสริฐ, 2560)

ทัศนคติเป็นแนวโน้มที่บุคคลหนึ่งจะมีการเรียนรู้การแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความพอใจหรือไม่พอใจ ทัศนคติจะทำให้แสดงถึงค่านิยม ความเชื่อ ของบุคคลนั้น ๆ องค์ประกอบของทัศนคติหลักๆ มี 3 ประการประกอบไปด้วย (มลทิวา โสมะ, 2551)

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) ที่ผู้บริโภคแสดงให้เห็นถึงความรู้ การรับรู้ ความเชื่อ ค่านิยมของเขาต่อตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ (Schiffman and Kanuk , 2004)

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) แสดงให้เห็นถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยแสดงถึงความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ (Schiffman and Kanuk , 2004)

3. ส่วนของพฤติกรรม (Behavior Component) แนวโน้มพฤติกรรมและการกระทำของผู้บริโภคที่เกิดจากทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้านั้นๆ (Schiffman and Kanuk , 2004)

จากแนวคิดทฤษฎีเหล่านี้สรุปว่า ความแตกต่างของเพศมีผลต่อทัศนคติ ความเชื่อ และการรับรู้ที่ต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การแสดงออกของบุคคลที่มาจาก การรับรู้ความรู้อันมีค่าในสังคมของเขา ที่แสดงการกระทำอารมณ์ ความรู้สึกต่างๆต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า

#### 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

##### 4.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร เลือกรandom ตัวอย่างแบบ (ธัญญา ปลั่งกลาง, 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานครเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่อยู่ในเขตบางแคอย่างแน่ชัด ใช้สูตรคำนวณของคอคแรน (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% กลุ่มตัวอย่างที่ควรใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยขอเพิ่มเป็น 400 คน

	$n$	$=$	$\frac{z^2(pq)}{e^2}$
แทนค่า	$n$	$=$	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$e$	$=$	ระดับความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05
	$Z$	$=$	ค่ามาตรฐานซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น
	$P$	$=$	สัดส่วนประชากรที่สนใจศึกษาเท่ากับ 50% = 50
	$Q$	$=$	1-p

โดยงานวิจัยนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95%

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 4% เท่ากับ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

#### 4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามจากที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ประกอบด้วยประเภทต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด (Closed end) เป็นคำถามที่สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว เป็นคำถามแบบ Nominal scale และ Ordinal scale โดยมีคำถามทั้งหมด 6

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านการรับรู้ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ทำมาจากเศษอาหาร

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ทำมาจากเศษอาหาร

สำหรับส่วนที่สองและสามของแบบสอบถามนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกประเมินการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยข้อความคำถามเป็นข้อความทางบวกทั้งหมด และแบ่งการให้คะแนนเป็น 5 ระดับตาม rating scales ตามหลักการของลิเคิร์ต ดังนี้ (ปิยะนันท์ บุญณะโยไทย , 2555)

มากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
มาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

จากนั้นใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการวัดระดับ 5 ระดับดังนี้(ปิยะนันท์ บุญณะโยไทย , 2555)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1. 00 - 1. 80	หมายถึงไม่มีการรับรู้ หรือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1. 81-2. 60	หมายถึงมีการรับรู้บ้าง หรือไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2. 61 - 3. 40	หมายถึงมีการรับรู้ปานกลาง หรือไม่ทราบ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3. 41-4. 20	หมายถึงมีการรับรู้มาก หรือเห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4. 21-5. 00	หมายถึงมีการรับรู้มากที่สุด หรือเห็นด้วยอย่างยิ่ง

#### 5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการเลือกสุ่ม ตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ที่อาศัยอยู่ในเขตบางแคเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างตามที่กำหนด 400 คน การทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในการศึกษาผู้วิจัยมีวิธีการวัดความเที่ยงตรง(Validity)และความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม(Reliability)ดังนี้

5.1 วิเคราะห์ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม เพื่อให้มีความเที่ยงตรง ในการวัดจากความเที่ยงตรงของผู้เชี่ยวชาญ

5.2 วิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือโดยการหาค่า IOC (Item Objective Congruence Index) โดยดัชนีความสอดคล้องที่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งข้อความทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.65-1.00

5.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทดสอบเครื่องมือ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยผลการวิเคราะห์ที่ได้ค่าเท่ากับ 0.95 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือเพียงพอในการนำไปเก็บข้อมูลจริง

## 6. การวิเคราะห์ผล

การศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมการคำนวณสำเร็จ ประมวลผลข้อมูล โดยใช้วิธีการทางสถิติดังนี้ (ปิยะนันท์ บุญณะโยไทย , 2556)

6.1 สถิติพรรณนา เป็นการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเรขาคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

6.2 สถิติอนุมาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ T-test ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 ประชากรและวิธี One-way ANOVA ด้วยสถิติ F-test ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 3 ประชากรขึ้นไปและทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Least Significant Difference) การหาค่าความสัมพันธ์ใช้สถิติ Pearson 's Correlation Coefficient เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ทำมาจากเศษอาหารในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร กับทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

## 7. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.5 มีค่าเฉลี่ย (Mean = 1.46, S.D. = 0.50) มีอายุต่ำกว่า 19-30 ปี ร้อยละ 46.8 มีค่าเฉลี่ย (Mean = 2.55, S.D. = 1.34) สถานภาพโสด ร้อยละ 78.5 มีค่าเฉลี่ย (Mean = 1.30, S.D. = 0.61) การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 76.0 มีค่าเฉลี่ย (Mean = 4.51, S.D. = 0.87) มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 67.5 มีค่าเฉลี่ย (Mean = 2.16, S.D. = 1.82) และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ร้อยละ 88.8 มีค่าเฉลี่ย (Mean = 1.43, S.D. = 1.34)

### ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าอาหารอินทรีย์ สถิติที่ใช้ คือการเปรียบเทียบในกรณีที่ตัวแปรอิสระมี 2 กลุ่ม ใช้สถิติ t-test ในกรณีที่ตัวแปรอิสระมีมากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีตัวแปรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's Least Significant Difference (LSD) สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษากำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 โดยมีสมมติฐานการศึกษา ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปู้ยทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภค

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภครุ่นที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปลูกทำมาจากเศษอาหารที่ต่างกัน

(n=400)

เพศ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	t	P-value
ชาย	218	3.9490	.62041	7.625	.000
หญิง	182	3.2915	1.07711		

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภครุ่นที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปลูกทำมาจากเศษอาหารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4	212.598	53.149	169.585	.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	395	123.797	.313		
รวม	399	336.395			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้บริโภครุ่นที่มีอายุต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปลูกทำมาจากเศษอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ (P = 0 .000)

สำหรับทัศนคติของผู้บริโภครุ่นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปลูกทำมาจากเศษอาหาร ผู้วิจัยได้ทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภครุ่นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

(n=400)

อายุ	n	$\bar{x}$	S.D.	อายุ				
				(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) ต่ำกว่า 18 ปี	84	4.383	0.203	-	*			*
(2) 19-30ปี	187	2.920	0.752		-			
(3) 31-45ปี	10	4.647	0.000			-		
(4) 45-59ปี	65	4.590	0.425				-	
(5) 60ปีขึ้นไป	54	3.722	0.265					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของผู้บริโภครุ่นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุ 19-30ปี ( $\bar{x}$  = 2.920, S.D. = 0.752) มีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแตกต่างจากกลุ่มอายุ 45-59 ปี ( $\bar{x}$  = 4.590, S.D. = 0.425) และกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี ( $\bar{x}$  = 4.383, S.D. = 0.203) และกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป ( $\bar{x}$  = 3.722, S.D. = 0.265) และกลุ่มอายุ 31-45 ปี ( $\bar{x}$  = 4.647, S.D. = 0.000)

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่  
ป่วยทำมาจากเศษอาหารที่ต่างกัน

สถานภาพ	n	$\bar{X}$	S.D.	สถานภาพ		
				(1)	(2)	(3)
(1) โสด	314	3.500	0.924	-		*
(2) สมรส	53	3.736	0.248		-	*
(3) อื่น ๆ	33	4.939	0.348			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับ  
ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ป่วยทำมาจากเศษอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ( $P = 0.000$ )

สำหรับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ป่วยทำมาจากเศษอาหาร ผู้วิจัยได้ทดสอบเป็น  
รายคู่ ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่  
( $n=400$ )

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	62.337	31.168	45.151	.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	397	274.058	.690		
รวม	399	336.395			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจำแนกตาม  
สถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มโสด ( $\bar{X} = 3.500$ , S.D. = 0.924) มีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแตกต่างจาก  
กลุ่มสมรส ( $\bar{X} = 3.736$ , S.D. = 0.248) และกลุ่มสถานภาพอื่น ๆ ( $\bar{X} = 4.939$ , S.D. = 0.348)

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภคระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทาง  
การเกษตรที่ป่วยทำมาจากเศษอาหารต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	72.717	24.239	36.403	.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	396	263.678	0.666		
รวม	399	336.395			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้บริโภคระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับ  
ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ป่วยทำมาจากเศษอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตาม  
สมมติฐานที่ตั้งไว้ ( $P = 0.000$ )

ตารางที่ 8 แสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภคที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปู้ย  
ทำมาจากเศษอาหารต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4	97.581	24.395	40.350	.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	395	238.814	0.605		
รวม	399	336.395			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปู้ยทำมาจากเศษอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ( $P = 0.000$ )

ตารางที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบผู้บริโภครายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปู้ย  
ทำมาจากเศษอาหารต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4	23.241	5.810	7.329	.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	395	313.154	0.793		
รวม	399	336.395			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้บริโภครายได้ที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปู้ยทำมาจากเศษอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ( $P = 0.000$ )

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปู้ยทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภค

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์การรับรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปู้ยทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภค

การรับรู้	ทัศนคติ		ระดับความสัมพันธ์
	r	P-value	
การรับรู้ภายใน	0.833**	0.00	สูง
การรับรู้ภายนอก	0.792**	0.00	สูง
ภาพรวม	1.00	0.00	สูงมาก

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 สมมติฐานของการทดสอบ  $p$

$H_0 : \rho = 0$  (ทัศนคติของการรับรู้ภายในกับ การรับรู้ภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กัน)

$H_1 : \rho \neq 0$  (ทัศนคติของการรับรู้ภายในกับ การรับรู้ภายนอกมีความสัมพันธ์กัน)

ค่า Sig. .00 ซึ่งน้อยกว่า  $\alpha$  (.05) ที่ตั้งไว้ตกในอาณาเขตวิกฤต ปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทศนคติของการรับรู้ภายในกับ การรับรู้ภายนอกมีความสัมพันธ์กันทางบวกระดับสูง

## 8. อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการรับรู้ที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ทำมาจากเศษอาหารของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อทัศนคติของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรได้ดังนี้ (สมเกียรติ วงศ์ประเสริฐ , 2560)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 218 คน (ร้อยละ 54.5) มีอายุระหว่าง 19-30 ปี จำนวน 187 คน (ร้อยละ 46.8) สถานภาพโสดจำนวน 314คน (ร้อยละ 78.5) มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 304 คน (ร้อยละ 76.0) ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาจำนวน 270คน (ร้อยละ 67.5) ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทจำนวน 355 คน (ร้อยละ 88.8) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมเกียรติ วงศ์ประเสริฐ (2560) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

แนวคิดด้านการรับรู้แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ

การรับรู้จากสิ่งเร้าภายใน จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจด้านผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ว่ามีความปลอดภัยไร้สารเคมี มีความปลอดภัยมากกว่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบทั่วไป และรับรู้ว่าคุณสมบัติทางการเกษตรแบบอินทรีย์ต้องมีตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มลทิศา โสมะ (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าการปลูกข้าวอินทรีย์ไม่ใช่ปุ๋ยเคมี และเชื่อว่าการรับประทานข้าวอินทรีย์มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ การจำหน่ายข้าวอินทรีย์ รวมทั้งรับรู้ว่าคุณสมบัติจำเป็นต้องรับรองมาตรฐาน เช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความรู้สึก ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้และเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์มีการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมลทิศา โสมะ (2551) ที่เห็นด้วยอย่างยิ่งตรงกันว่ากระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์ช่วยลดมลภาวะ และรักษาสิ่งแวดล้อม

การรับรู้จากสิ่งเร้าภายนอก จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ทางด้านราคาว่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยสมเกียรติ วงศ์ประเสริฐ (2560) พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้ว่าอุปสรรคของการซื้ออาหารอินทรีย์คือราคาแพง ด้านการจัดจำหน่ายผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ว่าคุณสมบัติทางการเกษตรแบบอินทรีย์มีสถานที่จำหน่ายใกล้และสะดวก อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มลทิศา โสมะ (2551) รับรู้ว่าสถานที่จำหน่ายข้าวอินทรีย์มีมากมายหาซื้อได้ง่ายและสะดวกในระดับมาก ด้านการสื่อสารทางการตลาดผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ในระดับปานกลางว่ามีกิจกรรมรงค์และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มลทิศา โสมะ (2551) พบว่ามีความไม่แน่ใจว่าข้าวอินทรีย์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ

ทัศนคติแบ่งออกเป็นองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

ส่วนของความรู้ความเข้าใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจ ตามคำร้อยละอยู่ในระดับมากคือ ทราบว่าการทำเกษตรจากเศษอาหารเป็นการทำการเกษตรแบบไม่ใช้ปุ๋ยเคมี ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ

มลทิวา โสมะ (2551) ที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจคุณสมบัติของข้าวอินทรีย์ มีคำร้อยละในระดับมากที่สุดที่เข้าใจว่าข้าวอินทรีย์ไม่ใช่ปุ๋ยเคมี สารควบคุมการเสริมเติบโต

ส่วนของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์สามารถช่วยลดมลภาวะและรักษาสิ่งแวดล้อมได้ มีความรู้ดีกว่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ปราศจากสารพิษ ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้ผลิตและผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มลทิวา โสมะ (2551) พบว่าข้าวอินทรีย์ปราศจากสารพิษทำให้ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้ผลิตและผู้บริโภค และเห็นด้วยอย่างมากว่า กระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์ช่วยลดมลภาวะและรักษาสิ่งแวดล้อม คำร้อยละความรู้ที่น้อยของผู้บริโภคส่วนใหญ่ รู้ดีกว่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการบริโภคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มลทิวา โสมะ (2551) พบว่ามีความรู้ที่ไม่แน่ใจว่าข้าวอินทรีย์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการบริโภคทั้งนี้ต้องการให้มีการณรงค์ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

พฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์เพราะสามารถช่วยลดมลภาวะและรักษาสิ่งแวดล้อมได้ในอนาคต ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มลทิวา โสมะ (2551) พบว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ในอนาคต โดยจะตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วมากขึ้นหากมีตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพ และจะแนะนำให้เพื่อน/คนรู้จักซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์

## 9. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะที่อาจเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงในการวางแผนและสื่อสารการตลาดเพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดตามความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น ดังนี้

9.1 จากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคต้องการความมั่นใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ ควรมีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนภายในประเทศ เพื่อร่วมมือกันสร้างความเข้มแข็งในการตรวจสอบรับรองมาตรฐานสินค้าอินทรีย์ ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ การให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์ รวมทั้ง มาตรฐานสินค้าอินทรีย์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและมีความมั่นใจในการบริโภคสินค้าอินทรีย์

9.2 จากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ที่มีราคาเข้าถึงได้ ผู้ประกอบการควรจัดทำผลิตภัณฑ์โดยมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ บางครั้งผู้บริโภคอาจต้องการทดลองสินค้า การตั้งราคาให้มีหลายระดับให้เลือกซื้อ เช่น ทำผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กที่มีราคาถูกกว่า สามารถช่วยให้เกิดการทดลองซื้อได้เพิ่มมากขึ้น

9.3 จากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคยังไม่ค่อยมีการรับรู้เรื่องสินค้าอินทรีย์ ผู้ประกอบการที่ทำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ควรส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์สินค้า การโฆษณาในหลาย ๆ ช่องทางเพื่อสร้างการรับรู้ในเรื่องสินค้าเกษตรแบบอินทรีย์ไปยังกลุ่มคนในหลาย ๆ กลุ่ม

## เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ.(2560).รายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย. สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://joo.gl/L77L2o>
- จूरี่รัตน์ จันทรเจียม.(2555).รายงานการศึกษา เรื่องเกษตรกรรมในกรุงเทพมหานคร.สืบค้นวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://joo.gl/Vnke2>
- ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์ .(2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (web sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขต กรุงเทพมหานคร. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) 2548 : 6
- ธัญญา ปลั่งกลาง. (2562). กระบวนการรับรู้และทัศนคติ ของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ถ้วยไปโพลาสติก กรณีศึกษา ร้าน กาแฟคาเฟ่เมซอน ในพื้นที่เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร.สืบค้นวันที่ 7 มีนาคม 2563, จาก <https://joo.gl/3PEOTa>
- นัยนา สุทิน. (2555). พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://joo.gl/cLOx>
- ปิยชาติ ศิลปสุวรรณ. (2558).ข้อสังเกตต่อแนวทางการจัดการขยะมูลฝอยและของเสียอันตรายในปัจจุบัน. สืบค้นวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://joo.gl/xhGzn>
- ปิยะนันท์ บุญณะโยไทย. (2555). การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนายั่งยืนของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). สืบค้นวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2563 , จาก <https://joo.gl/kFEb>
- มลทิวา โสมะ. (2551). ทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อข้าวอินทรีย์. สืบค้นวันที่ 10 มีนาคม 2563, จาก <https://joo.gl/7UDF>
- วัฒนณรงค์ มากพันธ์ และคณะ.(2560).ปริมาณธาตุอาหารของปุ๋ยหมักชนิดต่างๆ จากขยะอินทรีย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช.สืบค้นวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://joo.gl/E2c3ti>
- สมเกียรติ วงศ์ประเสริฐ. (2560). ทัศนคติต่อสินค้าอาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ. สืบค้นวันที่ 15 มีนาคม 2563, จาก <https://joo.gl/3YLQ>
- Assael, H. (1998). Consumer behavior and marketing action. (6th edition). Ohio: South-Western College Pub.
- Cochran, W.G. (1977). Sampling Techniques. (3rd edition). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Cronbach, Lee J. (1970). Essential of Psychological Testing. (3rd edition). New York: Harper Row.
- Sarah Taylor Lovell, (2010), Multifunctional Urban Agriculture for Sustainable Land Use Planning in the United States, journal of sustainability: 2500-2516.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2004). Consumer behavior. (8th edition). New Jersey: Pearson Education International.
- World Business Council for Sustainable Development. (2018). "Consumption behavior and trends". FRSH insight report 2018, (April): 12-30.