



UTCC



Proceedings

การประชุมวิชาการ

และนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5

The 5th UTCC National Conference

วันอังคารที่ 8 มิถุนายน 2564

การประชุมออนไลน์ผ่านโปรแกรม Cisco Webex



สารบัญ

	หน้า
คำนำ	I
สารบัญ	II
รายนามคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ	XXIV
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ	XXV
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์บทความ	XXXII
กำหนดการประชุมวิชาการ	XXXIII
บทความที่นำเสนอ	
สาขาบริหารธุรกิจ	
○ แนวทางการรักษาประสิทธิภาพการผลิตของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนใน สปป.ลาว กมลชนก ศรีสำราญ และผุสดี พลสารรัมย์	1
○ แนวทางการสร้างการรับรู้และความสนใจเว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์ผ่านการตลาดดิจิทัลของ Real Estate Plus Co.,Ltd อภิัญญา กุลชนะชนก	18
○ การศึกษาสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าปฏิเสธการใช้วงเงินสินเชื่อธุรกิจ SMEs ที่ได้รับการอนุมัติ แล้วของธนาคารออมสิน ฝ่ายบริหารศูนย์ธุรกิจลูกค้า SMEs ส่งผลกระทบต่อรายได้ ค่าธรรมเนียมการให้บริการสินเชื่อที่ลดลงของธนาคารออมสิน กฤตาภรณ์ ไพพฤกษ์ และนนงนัท แก้วพลอย	33
○ การศึกษาการผิวนัดชำระหนี้ของลูกค้าหนี้สินเชื่อกลุ่มธุรกิจ SMEs ธนาคารออมสินมี แนวโน้มเพิ่มขึ้น พรชญา เอี่ยมประภัสสร และวรรณรพี บานชื่นวิจิตร	50

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจซื้อประกันและหน่วยลงทุนของ
ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง

วันทนีย์ ปิยวจีกุล และอริสรา เสยานนท์

187
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อสำหรับพนักงาน
หน่วยงานเอกชน : กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง

สมิตา เอื้อราษฎร์ และสวรส ศรีสุตโต

204
- แนวทางการตลาดบริการเพื่อเพิ่มจำนวนผู้สมัครและใช้บริการ Mobile Banking
(MYMO) กรณีศึกษา: ธนาคารออมสินสาขาสะพานจอมเกล้าเขตเพชรบุรี

พรนัชชา จันทระ ณ ลำปาง และปราณี เอี่ยมละออภักดี

223
- แนวทางการแก้ปัญหาจำนวนผู้ยื่นภาษีออนไลน์ต่ำกว่าเป้าหมายของสำนักงานสรรพากร
พื้นที่กรุงเทพมหานคร 7

รุติพร ก้อนนคร และพีรพงษ์ พุศิริ

239
- อิทธิพลขององค์กรแห่งการเรียนรู้ต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านพฤติกรรม
สร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรฝ่าย
กิจการสาขาภาคกลาง

มนัสนันท์ ไบคุณากร ชวนชื่น อัครกะวณิชชา และทิพวรรณ กำศิริมงคล

251
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว จังหวัดนครปฐม

พฤกษา ลี้มสุวรรณค์ ชวนชื่น อัครกะวณิชชา และทิพวรรณ กำศิริมงคล

268
- แนวทางการเพิ่มยอดผู้สมัครและยอดการใช้สินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดของ ธนาคารออมสินเขต
ชุมพร 1

ชนม์นิภา เหมทานนท์ และอริสรา เสยานนท์

287

รายนามคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ

คณะกรรมการอำนวยการ

- | | |
|---------------------------------------------------|------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรธน์ พลวิชัย | ที่ปรึกษา |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สถาพร อมรสวัสดิ์วัฒนา | ประธานกรรมการ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เหมือนหมาย อภินทนาพงศ์ | รองประธานกรรมการ |
| 4. อาจารย์ ดร.เอกธิป สุขวารี | รองประธานกรรมการ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์ | กรรมการ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมิตรา อัครวิไชยตระกูล | กรรมการ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา อัครนุพงศ์ | กรรมการ |
| 8. อาจารย์ ดร.ปิยรัตน์ ดอกกุหลาบ | กรรมการ |
| 9. ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิจาน รังกุลนุวัฒน์ | กรรมการ |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์ | กรรมการ |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์หฤทัย มีนะพันธ์ | กรรมการ |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร แสงวารี | กรรมการ |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันิดา วิฒนชีวินปกรณ์ | กรรมการ |
| 14. อาจารย์ ดร.ภาสกร เชื้อสวาย | กรรมการ |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณี วัฒนชัยยงค์ | กรรมการ |
| 16. รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน อัครเมฆิน | กรรมการ |
| 17. รองศาสตราจารย์ ดร.นิตติยา ปภาพจน์ | กรรมการ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา เมฆนนท์ไพศิฐ | กรรมการ |
| 19. อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล | กรรมการ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณินทร์ สัจจริยทรัพย์ | กรรมการ |
| 21. รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา กาญจนสุนทร | กรรมการ |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์พงษ์ ข้าอ่อน | กรรมการ |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปกรณ์ วิญญูห์ตถกิจ | กรรมการ |
| 24. อาจารย์สุรพร มุลกณี | กรรมการ |
| 25. อาจารย์รัตนลักษณ์ มณีรัตนโชติวงศ์ | กรรมการ |
| 26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์ พิณีจกลาง | กรรมการ |

- | | |
|------------------------------------------|----------------------------|
| 27. อาจารย์ ดร.จักรพันธ์ สืบแสน | กรรมการ |
| 28. รองศาสตราจารย์ ดร.บุรินทร์ ศรีสมถวิล | กรรมการ |
| 29. หัวหน้ากองส่งเสริมงานวิจัย | กรรมการและเลขานุการ |
| 30. นักวิจัย กองส่งเสริมงานวิจัย | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

คณะกรรมการดำเนินงาน

- | | |
|------------------------------|----------------------------------------------|
| 1. นางสาวลลิตา ปรีดากรณ์ | กองส่งเสริมงานวิจัย สายงานวิชาการและงานวิจัย |
| 2. ดร.แพรวดาว พุพานิชย์พฤกษ์ | กองส่งเสริมงานวิจัย สายงานวิชาการและงานวิจัย |
| 3. นางวิไลลักษณ์ วงสุวรรณ | กองส่งเสริมงานวิจัย สายงานวิชาการและงานวิจัย |
| 4. นางสาวนิรมล สุดคณีง | กองส่งเสริมงานวิจัย สายงานวิชาการและงานวิจัย |
| 5. นางสาวณัฐธยาน์ สารกุล | กองส่งเสริมงานวิจัย สายงานวิชาการและงานวิจัย |

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

- | | |
|------------------------------------------|------------------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รังคกุลนุวัฒน์ | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เลขมาศ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.อุสา สุทธิสาคร | คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิชญอร ไหมสุทธิสกุล | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน อัครเมธิน | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา กาญจนสุนทร | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ฉิมฉวี | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 8. รองศาสตราจารย์ชนิษฐา จิตชินะกุล | คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 9. รองศาสตราจารย์ดวงพร หัซชะวณิช | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |

- | | |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี เอี่ยมละออภักดี | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ คณานุรักษ์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลลิตา หงษ์รัตน์วงศ์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ นิมิตระกุล | คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา รักพานิชมณี | คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พงษ์เทพ เทศจีบ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดรุณี ดุจสิค | คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรดล แก้วประเสริฐ | คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริสรา เสยานนท์ | คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวนีย์ เอี้ยวสกุลรัตน์ | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัศวี แสนศรีมหาชัย | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิทธิพงษ์ เขมะเพชร | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม อุทัยไขฟ้า | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณิทร์ สัจจวิริยทรัพย์ | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์พงษ์ ชำอ่อน | คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เต็มธรรม สิทธิเลิศ | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตนา เมฆนันทไพศิฐ | คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปกรณ์ วิญญูหัตถกิจ | คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 29. อาจารย์ ดร.นงนภัส แก้วพลอย | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |

- | | |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 30. อาจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ สุนทรเสณี | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยรัตน์ ดอกกุหลาบ | คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 32. อาจารย์ ดร.วศินี ธรรมศิริ | คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 33. อาจารย์ ดร.วาสนา สมอัจฉริยกุล | คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 34. อาจารย์ ดร.ปาจรีย์ หวังรุ่งกิจ | คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 35. อาจารย์ ดร.ภาสกร เชื้อสวาย | คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 36. อาจารย์ ดร.มานะชัย โต๊ะชูดี | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 37. อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล | คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยะเนตร นาคสีดี | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 39. อาจารย์ ดร.วิษณุตร์ งามสะอาด | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 40. อาจารย์ ดร.นพปฎล สกุลสม | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 41. อาจารย์ ดร.ศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ | คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

- | | |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ แกมเกตุ | ศูนย์ทดสอบและประเมินเพื่อพัฒนาการศึกษาและวิชาชีพ
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ จิตรมณีโรจน์ | ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะพาณิชยศาสตร์
และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.อลิสรา ชรินทร์สาร | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ | สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ |

- | | |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง | สาขาวิชาวิทยาการจัดการ วิชาเอกการจัดการการ
ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาศรี เทพรักษา | คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.วราฤทธิ์ พานิชกิจโกศลกุล | คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.ปวีศร เลิศธรรมเทวี | คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ | ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.วิมุต วาณิชเจริญธรรม | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย |
| 11. รองศาสตราจารย์ ไพบุลย์ รัตน์ประเสริฐ | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรนุช พุคศักดิ์ศรีกิจ | ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินดิษฐ์ ละออปักษิณ | สาขาวิชาคณิตศาสตร์ ภาควิชาหลักสูตรและการสอน
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ ท้วมรุ่งโรจน์ | ภาควิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสต์สมิธ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กริช แรงสูงเนิน | คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
ทักษิณ |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิวัช แก้วจำนงค์ | คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
ทักษิณ |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ | ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์ | สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณศณี มีแก้วกฤษกร | |

- | | |
|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ อยู่เพชร | สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจศรา ประเสริฐสิน | สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ | ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนาภรณ์ ประวัตินิวัชรา | นักวิชาการอิสระ |
| 24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูวกร ฉัตรบำรุงสุข | สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ | คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมพงศ์ สายเรียม | คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษณีย์ ยืนยงพุทธกาล | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสันต์ กาญจนสิทธิ์ | วิทยาลัยการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนะ เยี่ยงกมลสิงห์ | นักวิชาการอิสระ |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มงคล อิทธิผลิน | คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| 31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย เหลลาหา | คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลอีสาน |
| 32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะบุตร บุญอร่ามเรือง | คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรัมภา ไวยมุกข์ | คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรมน สาดรัักษ์ | คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา แผนวิจิต | สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| 36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษมา คำพิทักษ์ | สาขาวิชาการบัญชีและการเงิน คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |

- | | |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภา ทองคง | สาขาวิชาการบัญชีและการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาวิตรี มุณศรี | คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช |
| 39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พนิดา รัตนสุภา | คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช |
| 40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัญญูทิตา ชนะชัยภูวัฒน์ | คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| 41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวีณร์ตา สุขรัตน์ฤทธิ์ | ภาควิชาภาษาตะวันตกและภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุ บุรณจารุกร | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตตศุภางค์ ตันติภิรมย์ | สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| 44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มุกดา ไควหกุล | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 45. อาจารย์ ดร.ธัญทิพย์ คฤหาโยธิน | คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 46. อาจารย์ ดร.ชินภัทร คันธพนิต | คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 47. อาจารย์ ดร.เพ็ญแข วงศ์สุริยา | คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สาขาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร |
| 48. อาจารย์ ดร.เฟื่องฟ้า ปัญญา | คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 49. อาจารย์ ดร.อุษารตี ภู่มาลี | สาขาวิชาอุทยาน นันทนาการ และการท่องเที่ยว ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 50. อาจารย์ ดร.อังสมาลิน จำนงขอบ | สาขาท่องเที่ยววัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 51. อาจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง | คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 52. อาจารย์ ดร.กรรณิณี เตชะวงศ์เสถียร | สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 53. อาจารย์ ดร.ภารดี โสธรศรีกุล | นักวิชาการอิสระ |
| 54. อาจารย์ ดร.รัฐส่าน เลหาสุรโยธิน | ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 55. อาจารย์ ดร.ประทีป ว่องวีระยุทธ | คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาภาษาจีน
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 56. อาจารย์ ดร.พัฒนาพล เจริญโมรา | คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ |
| 57. อาจารย์ ดร.รวินกานต์ ศรีนนท์ | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 58. อาจารย์ ดร.ภูมิศร์ ทับทิมแดง | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 59. อาจารย์ ดร.ทศพร อังสาชน | คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 60. อาจารย์ ดร.สุพิชญ์ แคมมณี | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 61. อาจารย์ ดร.รัฐบาล ชันธิโพธิ์น้อย | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 62. อาจารย์ ดร.ประชา โอิชคลัง | คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลอีสาน |
| 63. อาจารย์ ดร.ภวัต ภัคดีศรานุกูวัต | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 64. อาจารย์ ดร.ณภัทร อินทนนท์ | คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลอีสาน |
| 65. อาจารย์ ดร.กัญยิกา ซอว์ | สาขาวิชาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์
คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ |
| 66. อาจารย์ ดร.วราภรณ์ ฉัตรชาติชาติ | ภาควิชาวาทยุทธศาสตร์และสื่อสารการเสด็จ
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |

67. อาจารย์ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงษ์ตระกูล	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
68. อาจารย์ ดร. พิมพ์ิกา ทองรัมย์	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
69. อาจารย์ฐิติรัตน์ ทิพย์สัมฤทธิ์กุล	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
70. ดร.เอกสิทธิ์ กิจสิพงษ์	ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
71. ดร.กุลชน แยมพลอย	กรมทางหลวง
72. ดร.นภัทร นพสันติ	นักวิชาการอิสระ
73. ดร.วรรณวิภา วิจารณ์ันท์	ศาลปกครอง

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์บทความ

1. ศาสตราจารย์ ดร. ภูมิฐาน รังคกุลวัฒน์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.อุสา สุทธิสาคร	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
3. รองศาสตราจารย์ ดร.นิตติยา ปภาพจน์	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
4. รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน อัครเมธิน	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
5. รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา กาญจนสุนทร	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมิตรา อัครไชยตระกูล	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี เอี่ยมละออภักดี	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินิตา สุรัชกุลวัฒนา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา รักพานิชมนี	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณิษฐ์ สัจจวิทย์ทรัพย์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์พงษ์ ชำอ่อน	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริสรา เสยานนท์	คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
13. อาจารย์ ดร.จิรารัช พิพัฒน์นราพงศ์	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
14. อาจารย์ ดร.ภาสกร เชื้อสววย	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
15. อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว จังหวัดนครปฐม

Factors Influencing Environmental Conservation Behaviors Using Green Products of Student and Staff from Green University in Nakhon Pathom Province

พุกษา ลิมสุวรรณ¹, ชวนชื่น อัครกะวนิชชา², ทิพวรรณ กำศิริมงคล³
Pruksa Limsawan¹, Chuanchuen Akkawanitcha², Tippawan Kamsirimongkol³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษาและบุคลากรที่อยู่ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ และมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าการแจกแจงความถี่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท และผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ในขณะที่แรงกดดันทางสังคมมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกับสมมติฐาน และนอกจากนี้ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, หลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร, Email: limsawan_p@silpakom.edu

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ประจำคณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ อาจารย์ ดร., ประจำคณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร

เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม, เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, แรงกดดันสังคม, ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม, พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Abstract

This research aimed to explore factors influencing environmental conservation behaviors using green products of students and staffs from green universities in Nakhon Pathom province. To this end, a questionnaire was deployed to 400 students and staffs of Silpakorn University (Sanam Chandra Palace Campus) and Mahidol University (Salaya campus) by quota sampling method. The frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's product-moment correlation and regression analysis were used to analyze and describe different result. The result of this study showed that most participants were female in the age between 21- 30 years who were student of a bachelor's degree. Their average incomes were less than 10,000 baht/month. Result of the analysis supported that the experience of using environmentally friendly products had a positive influence on intentions of purchasing environmentally friendly products. Additionally, conservation attitudes also had a positive influence. However, social appeal had a negative influence on their intentions. Finally, the intention of purchasing environmentally friendly products had a positive influence on the behavior of using environmentally friendly products. Statistic significant is at $p < 0.05$.

Keywords: Green product experience, The attitude on conservation, Social appeal, Green product purchase intention, Used green product behavior

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นปัญหาสำคัญที่ทั่วโลกให้ความสนใจเป็นอย่างมากเช่น ปัญหาขยะล้นเมือง มลพิษทางอากาศ และมลพิษทางน้ำ เป็นต้น ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากจำนวนประชากรมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจึงทำให้มีการขยายตัวของครอบครัวและชุมชนเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดการอุปโภคบริโภคเพิ่มมากขึ้นตาม อีกทั้งในส่วนของสินค้าที่ใช้ในการอุปโภคบริโภคมักจะมีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการห่อหุ้มสินค้าเพื่อไม่ให้เกิดการปนเปื้อน ซึ่งบรรจุภัณฑ์เหล่านี้จะก่อให้เกิดเป็นขยะโดยปัจจุบันอัตราการเพิ่มขึ้นของขยะมากขึ้นประมาณ 1.13 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน และปัญหานี้ประเทศไทยยังไม่สามารถรับมือและจัดการขยะในปริมาณที่สูงได้ (จุฑามาศ แก้วมณี, 2561) ก่อให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมด้านต่าง ๆ เช่น มลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ เป็นแหล่งพาหะนำโรค ทัศนียภาพไม่สวยงาม (ณิชชา บุรณสิงห์, 2562) เหตุนี้ทั่วโลกจึงมีการรณรงค์ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะต้องผลิตจากกระบวนการหรือเทคโนโลยีที่ไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อมขณะใช้งานโดยเริ่มจากการเลือกวัสดุในการผลิตตลอดจนไม่ก่อให้เกิดมลภาวะภายหลังสามารถย่อยสลายเองได้ตามธรรมชาติและนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้อีก ซึ่งทั่วโลกได้มีการรณรงค์ส่งเสริมอย่างแพร่หลายให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม หลายหน่วยงานได้รณรงค์และเชิญชวนทุกคนมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการลดใช้พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single use) ปัจจุบันการรณรงค์ให้ผู้บริโภคได้ตระหนักถึงการลดการใช้ถุงพลาสติกจึงพบเห็นได้บ่อยในสื่อทั่วไป รวมถึงการแจกถุงพลาสติกของผู้ประกอบการร้านค้าช่วยสร้างทัศนคติเรื่องการรักษาโลกให้กับผู้บริโภค และส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สำหรับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะหมายถึงผู้บริโภคเต็มใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงแต่กังวลเกี่ยวกับคุณภาพของระบบนิเวศ แต่ยังมี ความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และยังพบว่า มีปัจจัยเชิงพฤติกรรมอื่นๆ เช่น ความกังวลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การรับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แรงกดดันทางสังคม ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จาก การค้นคว้าพบว่าเจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเจตคติคือความรู้สึกและท่าทีของบุคคลที่เกิดจากประสบการณ์ ความคิดที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เป็นบุคคล สิ่งของ วัตถุและสถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคม อาจจะมีทิศทางในทางบวกหรือทางลบ นอกจากนี้ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่มี

อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนพลาสติก ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับความรู้ของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยผู้บริโภคจะพยายามเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากนั้นกลุ่มผู้บริโภคแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ผลจากการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ทดแทนพลาสติกช่วยให้กลุ่มผู้บริโภคเข้าใจถึงประโยชน์ทางด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปัจจัยสุดท้ายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้นคือ แรงกดดันทางสังคม ซึ่งในบางครั้งการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นจากการคาดการณ์ตามความคิดเห็นของผู้อื่น มิได้เกิดขึ้นจากความรู้สึกที่แท้จริง หรืออาจมาจากความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของสังคม จากที่แนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ในการวิจัยครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) เพื่อแสดงความแข็งแกร่งในเชิงทฤษฎี โดยการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แรงกดดันทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่กล่าวมาข้างต้นทำให้เกิดเป็นกระแสรักษ์โลกขึ้นมา ซึ่งส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากมาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าควรมีการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางในการทราบถึงสาเหตุของการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและนำไปต่อยอดในการปลูกฝังจิตสำนึกของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงประเด็น โดยเริ่มจากสถาบันการศึกษาที่ให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมอยู่แล้วนั้นคือมหาวิทยาลัยสีเขียว ซึ่งนโยบายของมหาวิทยาลัยจะทำให้บุคลากรและนักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมและนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การวิจัยครั้งนี้ทางผู้วิจัยศึกษาได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อแสดงความแข็งแกร่งในเชิงทฤษฎี โดยการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาในกลุ่มประชากรของมหาวิทยาลัยสีเขียวในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดลวิทยาเขตศาลายาและมหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ซึ่งทั้งสองมหาวิทยาลัยนี้ได้เข้าร่วมการจัดอันดับเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว โดยมหาวิทยาลัยมหิดลเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว อันดับ 1 ของประเทศไทย 5 ปีซ้อน (Green Network, 2020) และมหาวิทยาลัยศิลปากรเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวอันดับที่ 15 ของประเทศไทย และเป็นอันดับที่ 230 ของโลก ซึ่งถือเป็นการเข้าร่วมการจัดอันดับในปีแรก (SU GREEN CAMPUS, 2019) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการใช้

ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เจตคติในการอนุรักษ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้นอกจากจะได้เรียนรู้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้วยังสามารถนำข้อมูลวิจัยไปช่วยปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับ ประสิทธิภาพในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แรงกดดันทางสังคม ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนพลาสติก และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทนพลาสติก
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิภาพในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แรงกดดันทางสังคม ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนพลาสติก
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนพลาสติกส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทนพลาสติก

ทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน

การศึกษานี้ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) มาใช้เป็นทฤษฎีพื้นฐาน ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวถูกนำเสนอโดย Ajzen (1985) ที่ซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social psychology) ปรับปรุงมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ของ Fishbein and Ajzen (1975) โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยส่วนบุคคลและสังคม ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการคือ เจตคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude Towards the Behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ที่ส่งผลถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavior Intention) เป็นปัจจัยหลักในการนำไปสู่พฤติกรรม ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นทฤษฎีพื้นฐานในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นั่นคือประสิทธิภาพในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เจตคติในการ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแรงกดดันทางสังคม ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง ผู้บริโภค “เต็มใจที่จะซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” มีแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรม เช่น ความตั้งใจที่จะแสดงและความพยายาม ซึ่งผู้บริโภคไม่เพียงแต่กังวลเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์สีเขียวแต่ยังเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยปัจจัยที่ส่งถึงความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคือประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการที่ผู้บริโภคมีความรู้และมีความคุ้นเคยในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยังก่อให้เกิดเป็นประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ โดยความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยที่ผ่านมา อาทิ งานวิจัยของสิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงศ์ (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค และงานวิจัยของ Prashant. Kumar and Bhimrao. Ghodeswar (2015) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการแบ่งปันข้อมูลอธิบายถึงคุณลักษณะด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมคือ ท่าทีและความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีลักษณะที่สอดคล้องกับความรู้สึกหรือท่าทีนั้น เช่น เรื่องของความลำเอียง ความชอบ ความไม่ชอบ ความคิดเห็น ความเชื่อและความรู้สึกของการอนุรักษ์การเปลี่ยนแปลง การ

สูญเสีย และการทำลายน้อยที่สุด ซึ่งหากผู้บริโภคมีความเชื่อว่ากระทำการสิ่งใดแล้วได้ผลเชิงบวก ก็จะมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยที่ผ่านมา อาทิ งานวิจัยของ Joshi and Rahman (2016) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ตัวทำนายพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภครุ่นใหม่ กล่าวว่า ทศนคติต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวหรือความอ่อนไหวต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสังคม และงานวิจัยของ ปารมี พัฒนกุล (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากผลการวิจัยพบว่า หากผู้บริโภคมีความตระหนักถึงปัญหาของสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จะทำให้ผู้บริโภคมีเจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางบวกซึ่งจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 : เจตคติในการอนุรักษ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. แรงกดดันทางสังคมและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

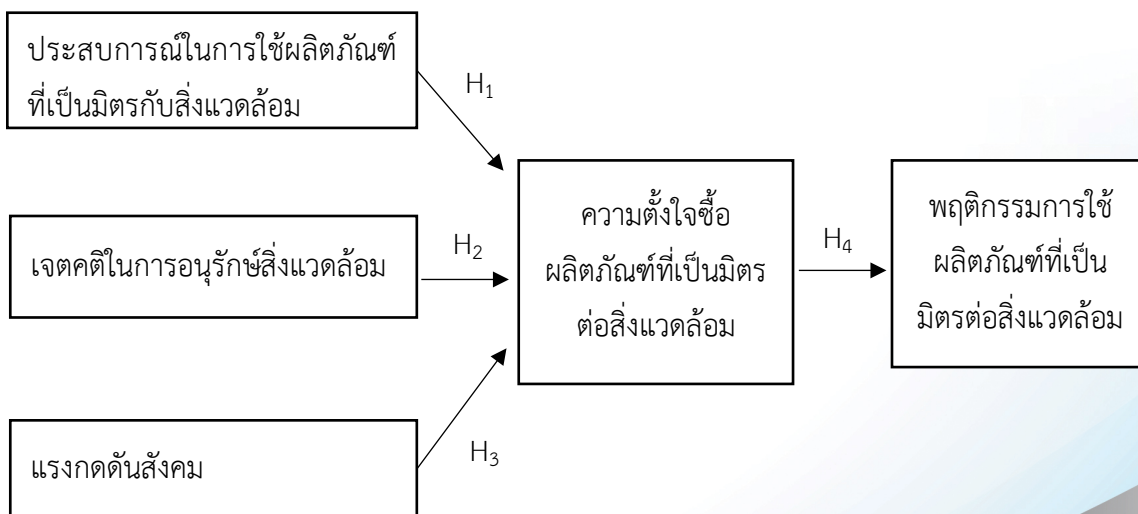
แรงกดดันทางสังคม เกิดจากการถูกโน้มน้าวจากบุคคลในสังคมหรือการเอาตัวรอดในสังคม ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากในปัจจุบันปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมถือว่าเป็นปัญหาที่สำคัญอันดับต้นๆ ของโลก ซึ่งหากไม่มีการแก้ไขปัญหาก็จะส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ดังนั้นสังคมในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญแก่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางสังคมและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยที่ผ่านมา อาทิ งานวิจัยของ Joshi and Rahman (2016) เรื่องตัวทำนายพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคใหม่การรับรู้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมตามอิทธิพลทางสังคมและทัศนคติที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวในแง่ของพลังการทำนายเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภค และงานวิจัยของ สิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงศ์ (2561) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถถูกกระตุ้นและโน้มน้าวใจจากความคิดเห็นของผู้อื่นในการเลือกซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 : แรงกดดันทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เมื่อผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งพฤติกรรมคือกิจกรรมที่สังเกตได้หรือไม่ได้ทุกประเภท เช่น ความรู้สึก การคิด การพูด การเดิน ความสนใจ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526) รวมถึงการกระทำของมนุษย์ที่ผู้กระทำอาจจะทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวหรือคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เช่น การกระพริบตา การพูด การเข้าใจ การเดิน การไต่บัน การรู้สึกโกรธ การคิด ต่างเป็นพฤติกรรมทั้งนั้น (ชัยพร วิชชาวุธ, 2523) โดยความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางสังคมและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยที่ผ่านมา อาทิ งานวิจัยของ Sethi, Dutta, and Tandon (2018) พบว่าความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวและทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ และงานวิจัยของ Jaiswal and Kant (2018) เรื่องพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว: กรอบแนวคิดและการสอบสวนเชิงประจักษ์ของผู้บริโภคชาวอินเดีย พบว่าการสร้างความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลโดยตรงและมีความสำคัญสูงต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว

สมมติฐานที่ 4 : ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Model)

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้ คือบุคลากรและนักศึกษาของมหาวิทยาลัยศิลปากรและมหาวิทยาลัยมหิดลในจังหวัดนครปฐมมีจำนวนทั้งสิ้น 33,953 คน โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (Yamane, 1967) พร้อมกับกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่มีระดับความเชื่อมั่น 95 % และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5 คือ 395.34 เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูล ทางผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ให้มีจำนวนเท่ากับ 400 คน โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา แบ่งกลุ่มตัวอย่างในมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา จังหวัดนครปฐมจำนวน 224 คน ส่วนที่เหลือคือมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐมจำนวน 176 คน จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling Design) การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้แบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ โดยสร้างแบบสอบถามจาก Google form และดำเนินการส่งลิงค์เชื่อมโยง (URL) ของแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านทางแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด โดยมีการตอบกลับครบทุกชุดคิดเป็นร้อยละ 100

2. เครื่องมือในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปร ซึ่งผู้ศึกษาจัดทำขึ้นจากการประมวลแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำหรับรวบรวมข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามปลายเปิดแบบตรวจรายการ (Checklist) ประกอบด้วยข้อความจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานะ มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามลักษณะเลือกตอบ ใช้มาตราส่วน 5 ระดับ (Check list) ซึ่งประกอบด้วยแบบวัดตามกรอบแนวคิดดังนี้แบบวัดพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีข้อความจำนวน 5 ข้อ โดยแปลมาจาก Sethi et al. (2018) แบบวัดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีข้อความจำนวน 6 ข้อ โดยพัฒนามาจาก พรพรรณ พันธุ์แจ่ม (2560) แบบวัดแรงกดดันทางสังคม มีข้อความจำนวน 5 ข้อ ซึ่งพัฒนาขึ้นโดยสิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงศ์ (2561) แบบวัดเจต

คติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยแปลมาจาก Mohd Suki (2016) แบบวัด
ประสิทธิภาพในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับประสิทธิภาพในการ
ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยแปลมาจาก Prashant Kumar and
Bhimrao Ghodeswar (2015)

3. การประเมินความเที่ยงตรง และทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ประเมินความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตาม ดังต่อไปนี้

3.1 การหาค่าความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรง
ของ (Content Validity) ซึ่งผู้ตรวจสอบและพิจารณาแบบสอบถามคือ ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านที่
เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ผลการตรวจสอบพบว่าได้ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามเท่ากับ 1
โดยค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามต้องมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

3.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา
ของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ทุกตัวแปรมีค่าระหว่าง 0.830 – 0.908
โดยค่าที่เหมาะสมควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Cronbach, 1951) จึงสามารถสรุปได้ว่า แบบวัดของทุกตัว
แปรที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ มีความเชื่อมั่นของเนื้อหาผ่านเกณฑ์การพิจารณา

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไป

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน อยู่ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนาม
จันทร์จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ส่วนมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา จำนวน 224 คน
คิดเป็นร้อยละ 56 แบ่งเป็นนักศึกษาร้อยละ 79.5 บุคลากร(ฝ่ายวิชาการ)ร้อยละ 16.3 และบุคลากร(ฝ่าย
สนับสนุน)ร้อยละ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 –
30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท

2. ระดับความคิดเห็นของตัวแปรในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ดังนี้

ด้านพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในภาพรวม พบว่านักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า “ถ้าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ธรรมดา กับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมใกล้เคียงกัน ท่านจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า” อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.30) รองลงมา “ท่านมักซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีการใช้สารเคมี” อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88)

ด้านความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในภาพรวม พบว่าระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ซึ่งอยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า “ท่านมีความยินดีที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.42) รองลงมา “คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทำให้ท่านมีความคิดจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต” อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.16)

ด้านประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่าระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ซึ่งอยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า “ท่านมีความสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด” อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11) รองลงมา “ที่ผ่านมาท่านได้เรียนรู้อย่างมากเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.83)

ด้านเจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในภาพรวม พบว่าระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ซึ่งอยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า “ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อท่านใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12) รองลงมา “ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อม” และ “ท่านชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปกป้องและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม” อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.10)

ด้านแรงกดดันทางสังคมในภาพรวม พบว่าระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง จากรายละเอียดพบว่า “การอนุรักษ์และใส่ใจสิ่งแวดล้อมทำให้ท่านดูดีในสายตาคนอื่น” อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.16) รองลงมา “ท่านมักประเมินว่าผลิตภัณฑ์ใดเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากความคิดหรือทัศนคติของผู้อื่น” อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.87)

3. การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแรงกดดันทางสังคมที่ส่งผลถึงความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (n=400)

ตัวแปร	ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		
	β	t	Sig.
ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	.335	7.565	.000
เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	.478	11.214	.000
แรงกดดันทางสังคม	-.142	-3.478	.001

$R^2 = 0.439$, Adjust $R^2 = 0.435$, $F=103.347$, $P<0.05$

ผลการศึกษาพบว่าผลการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 3 คือ ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และแรงกดดันทางสังคม สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 43.5 โดยประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\beta = 0.335$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 เช่นเดียวกับเจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\beta = 0.478$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 และแรงกดดันทางสังคม ($\beta = -0.142$) มีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (n=400)

ตัวแปร	พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		
	β	t	Sig.
ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	.691	19.059	.000

$R^2 = 0.477$, Adjust $R^2 = 0.476$, $F=363.236$, $P<0.05$

ผลจากการศึกษาพบว่าผลการวิเคราะห์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคิดเป็นร้อยละ 47.6 ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ($\beta = 0.691$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

จากงานวิจัยพบว่าประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และแรงกดดันทางสังคม ร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 43.5 ซึ่งแสดงว่ายังมีปัจจัยอื่นๆอีกร้อยละ 56.5 ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร้อยละ 47.6 แสดงให้เห็นว่ายังมีปัจจัยอื่นอีกร้อยละ 52.4 ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา และสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านเจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเกิดพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ในขณะที่แรงกดดันทางสังคมมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกับสมมติฐาน และนอกจากนี้ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยผลการ

ทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่าตัวแปรต้นมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประสพการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว จังหวัดนครปฐม โดยมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.335 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bukhari, Rana, and Bhatti (2017) พบว่าผู้บริโภคที่มีประสพการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มที่จะคุ้นเคยและคุ้นชินกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green product) มากยิ่งขึ้นด้วย และ เอกลักษณ์ อุตตะนัง (2559) ได้กล่าวว่าการเกิดการรับรู้สามารถนำไปสู่ความตั้งใจซื้อ การรับรู้มาจากการแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการของการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการความตั้งใจส่งผลถึงความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้ เช่นเดียวกับ D'Souza, Taghian, Lamb, and Peretiatkos (2006) กล่าวว่า การซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดประสพการณ์ในการใช้และรู้สึกปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภคและนำไปสู่การสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งจะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 เจตคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว จังหวัดนครปฐม โดยมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.478 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Joshi and Rahman (2016) ที่พบว่าผู้บริโภคมักจะคิดอย่างมีเหตุผลเกี่ยวกับประโยชน์ในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวว่ามีผลกระทบต่อธรรมชาติและสังคมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผู้บริโภคที่มีประสพการณ์น้อยจะได้รับการโน้มน้าวด้วยความเช่น “ เราสามารถสร้างความแตกต่างให้กับสภาพแวดล้อมของเรา” หรือ “ เราจะช่วยเปลี่ยนแปลงโลก” ด้วยกัน โดยทัศนคตินี้จะส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ญัฐนิชา นิสัยสุข (2558) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค กล่าวว่าทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้นมาจากการตระหนักหรือใส่ใจต่อปัญหาของสิ่งแวดล้อมซึ่งจะส่งผลถึงพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่ง Hsu and Sheu (2011) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการเข้าพักอาศัยในโรงแรมสีเขียว พบว่าลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมสีเขียวสามารถรับรู้ได้ถึงความเป็นห้องที่พักเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นถึงการใส่ใจลูกค้าทั้งในด้านอาหารการกินที่สดและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นเป็นต้น บุคคลที่มี

แนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีก็ต่อเมื่อ ได้รับการประเมินในเชิงบวกและเขาจะมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในพฤติกรรมที่เฉพาะเจาะจง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานว่าแรงกดดันทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ผลการศึกษาพบว่าแรงกดดันทางสังคมมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.142 ซึ่งเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ จากผลการศึกษาดังกล่าวสืบเนื่องมาจากผลการทดสอบสมมติฐานข้อข้อที่ 1 และ 2 ที่ทำให้เห็นว่านักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว มีความตระหนักรู้ถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่แล้วจากนโยบายของมหาวิทยาลัยสีเขียว เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ณัฐนิชา นิสัยสุข (2558) ที่กล่าวว่าทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการใส่ใจหรือการตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค จึงเป็นไปได้ว่าความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ได้ขึ้นอยู่กับแรงกดดันทางสังคมของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว เช่น การถูกมองเป็นคนไม่ทันสมัยหากไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการดูดีในสายตาผู้อื่นหากใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียวมีทัศนคติและประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว ดังนั้นเมื่อมีแรงกดดันทางสังคมน้อยก็ยิ่งส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากอยู่ดี แต่ในทางกลับกันหากมีแรงกดดันที่มากเกินไปอาจจะทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรธิพัล ภูวไชยจิรภัทร (2561) ที่ได้รับผลการวิจัยว่าความกดดันจากชุมชนและสภาพแวดล้อมทางสังคมมีอิทธิพลต่อการกระทำผิด

สมมติฐานที่ 4 ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียว จังหวัดนครปฐม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.691 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jaiswal and Kant (2018) ที่กล่าวว่าการสร้างความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลโดยตรงและมีความสำคัญสูงต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว และงานวิจัยของ Mamun, Mohamad, Yaacob, and Mohiuddin (2018) ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมถึงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรมในการนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว เช่น การศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก หรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมของ

นักเรียนจะเพิ่มขึ้นเมื่อพวกเขาตั้งใจจะปกป้องสิ่งแวดล้อม และผู้บริโภคที่มีอายุน้อยมีความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะสำหรับประโยชน์การนำไปใช้

จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้มีการอธิบายถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่มีปัจจัยทั้ง 3 ประการ ดังนี้ เจตคติต่อพฤติกรรม, การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยในงานวิจัยนี้มีตัวแปรอื่นที่ช่วยสนับสนุนแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน 2 ตัวแปร คือ ประสิทธิภาพในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและแรงกดดันทางสังคม ซึ่งผลการศึกษาจะช่วยขยายต่อแนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัยอื่น ๆต่อไป อีกทั้งจากการศึกษานี้พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาจากเจตคติในการอนุรักษ์และ ประสิทธิภาพในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคิดว่าหากเราปลูกฝังหรือสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับผู้บริโภคจะทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการปลูกฝังหรือสร้างจิตสำนึกสามารถทำได้โดยการฝึกอบรมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีลักษณะที่ดีในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีต่อสังคม เปิดโอกาสให้มีความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมและพัฒนา มาใช้งานจริงและช่วยเผยแพร่ให้ผู้อื่นได้รับทราบเพื่อให้ทุกคนมีพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรขยายขอบข่ายโดยเลือกกลุ่มประชากรที่ไม่ได้อยู่ในพื้นที่สีเขียว เพื่อทดสอบว่าหากพื้นที่นั้น ไม่มีนโยบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้วผู้บริโภคยังจะคงมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่หรือไม่รวมถึงศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีความเกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยอาจจะศึกษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือความรู้ในปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*: Springer, Berlin, Heidelberg.
- Bukhari, A., Rana, R., & Bhatti, U. (2017). Factors influencing consumer's green product purchase decision by mediation of green brand image. *International Journal of Research, Volume 04*.
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3) , 297- 334. Retrieved from <https://EconPapers.repec.org/RePEc:spr:psycho:v:16:y:1951:i:3:p:297-334>.
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., & Peretiatkos, R. (2006). Green products and corporate strategy: An empirical investigation. *Society and Business Review*, 1, 144- 157. doi:10.1108/17465680610669825
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research* (Vol. 27).
- Green Network. (2020). ม.มหิดล มหาวิทยาลัยสีเขียว อันดับ 1 ของประเทศไทย 5 ปีซ้อน. Retrieved from <https://www.greennetworkthailand.com/%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A7/>
- Hsu, L.-T., & Sheu, C. (2011). Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities. *Tourism Management*, 30, 325-334. doi:10.1016/j.tourman.2009.03.013
- Jaiswal, D., & Kant, R. (2018). Green purchasing behaviour: A conceptual framework and empirical investigation of Indian consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 60-69. doi:10.1016/j.jretconser.2017.11.008
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2016). Predictors of young consumer's green purchase behaviour. *Management of Environmental Quality An International Journal*, 27, 452-472.

- Kumar, P., & Ghodeswar, B. (2015). Factors affecting consumers' green product purchase decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, 33, 330-347. doi:10.1108/MIP-03-2014-0068
- Kumar, P., & Ghodeswar, B. (2015). Factors affecting consumers' green product purchase decisions. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Mamun, A., Mohamad, M., Yaacob, M., & Mohiuddin, M. (2018). Intention and behavior towards green consumption among low- income households. *Journal of Environmental Management*, 227, 73-86. doi:10.1016/j.jenvman.2018.08.061
- Mohd Suki, N. (2016). Green product purchase intention: impact of green brands, attitude, and knowledge. *British Food Journal*, 118, 2893-2910. doi:10.1108/BFJ-06-2016-0295
- Sethi, V., Dutta, K., & Tandon, M. (2018). A path model of antecedents of green purchase behaviour among Indian consumers. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 4, 21. doi:10.1504/IJPSM.2018.10009504
- SU GREEN CAMPUS. (2019). Silpakorn university green campus. Retrieved from <http://www.sugreencampus.su.ac.th/Th-SuMainPage2019.html>.
- จิรสิทธิ์พล ภูวไชยจิรภัทร. (2561). ปัจจัยกีดกันและปัจจัยการควบคุมตนเองกับการกระทำความผิดของเด็กและเยาวชน. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 10(1), 425-451.
- จุฑามาศ แก้วมณี. (2561). การสำรวจความต้องการในการจัดตั้งธนาคารขยะภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน. Paper presented at the การประชุมวิชาการระดับชาติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เครือข่ายภาคใต้ ครั้งที่ 3, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ชัยพร วิชชาวุธ. (2523). การวิจัยเชิงจิตวิทยา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ณัฐธิดา นิสัยสุข. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค. วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 57-67.
- ณิชา บวรณสิงห์. (2562). “ขยะพลาสติก” ปัญหาระดับโลกที่ต้องเร่งจัดการ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ สุวีริยาสาส์น.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). ทักษะคติการวัดการเปรียบเทียบพฤติกรรมอนามัย (3 ed.). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- ปารมี พัฒนกุล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University, 9(2)*, 857-872.
- พรพรรณ พันธุ์แจ่ม. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศิลปากร,
- สิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงศ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- เอกลักษณ์ อัดตะนัง. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ระบบจัดการความรู้ในองค์กร. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,