

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
Factors Affecting Intention to Use Environmentally Friendly Packaging of Entrepreneurs
in the Wednesday Market, Kasetsart University Kamphaeng Saen Campus

จวีร์วรรณ จันพลา^{1*} ชุติกานต์ ครุฑบุญยงค์² พิชญธิดา เลี้ยว² เพ็ญประภา ห้องประเสริฐ² ลภัสศรัณย์ สุริยะพันธุ์²
Jureewan Janpla^{1*} Chutikarn Krutboonyong² Pichayatida Liao² Penprapa Kongprasert² Lapassalun Suriyaphan²

Corresponding Author's Email: jureewan.j@ku.th

(Received: October 15, 2024; Revised: January 3, 2025; Accepted: January 9, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้นโยบาย การเข้าร่วมการฝึกอบรม ความวิตกกังวล การได้รับคำแนะนำ และการรับรู้ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2) ศึกษาปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง การได้รับการสนับสนุนทางสังคม ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ และความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) เปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 4) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 178 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบนโยบายการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย ไม่เคยเข้าร่วมการฝึกอบรมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความวิตกกังวลในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต้นทุนสูง ไม่เคยได้รับคำแนะนำให้รู้จักหรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และรับรู้ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในด้านการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน 2) ปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยการได้รับการสนับสนุนทางสังคมและความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง 3) ผู้ประกอบการที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการขายสินค้าตลาด และประเภทสินค้าที่ขายแตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นเพศและระดับการศึกษาสูงสุด และ 4) ปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง ปัจจัยการได้รับการสนับสนุนทางสังคม และปัจจัยกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นปัจจัยความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการได้ร้อยละ 48.90 ($R^2 = 0.489$)

คำสำคัญ: บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการ ความตั้งใจ

Abstract

The objectives of this study were: 1) to study perception of policy, anxiety, participating in training, receiving advice, and concern in using environmentally friendly packaging; 2) to study self-efficacy, social support, environmental awareness, packaging strategy, and intention to use environmentally friendly packaging; 3) to compare the entrepreneurs'

¹ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจและการบัญชี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Lecturer, Department of Business Administration and Accountancy, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University

² Students, Bachelor of Business Administration (Management), Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University

intention to use environmentally friendly packaging of different personal factors; and 4) to study factors affecting to entrepreneurs' intention to use environmentally friendly packaging. The sample size of people studied in this research was 178 entrepreneurs based in Wednesday market at Kasetsart University Kamphaeng Saen Campus. They were selected using stratified random sampling. The research instrument was a questionnaire. Statistics for data analysis were gathered according to frequency, percentage, mean, standard deviation, independent sample t-test, F - test and stepwise multiple regression analysis. The research result of analysis revealed that: 1) entrepreneurs did not know the encouraging policy of using environmentally friendly packaging of the university, never participated in training or gained knowledge concerning the use of environmentally friendly packaging, concern in using environmentally friendly packaging is that this packaging has higher costs and perceived benefits of using environmentally friendly packaging in terms of helping to preserve the environment and reduce global warming; 2) self-efficacy, environmental awareness, and packaging strategy were rated at a high level. For social support and intention to use environmentally friendly packaging were rated at a moderate level; 3) entrepreneurs with different age, income, sales period and type of goods were affected intention to use environmentally friendly packaging with a statistically significant level of .05, except for gender and educational level; and 4) the factor of self-efficacy, social support, and packaging strategy affect entrepreneurs' intention to use environmentally friendly packaging with a statistically significant level of .05 except for the factor of environmental awareness. The predictive powers were at 48.90 percent ($R^2 = 0.489$).

Keywords: environmentally friendly packaging, entrepreneurs, intention

ความเป็นมาของปัญหา

จากรายงานสถานการณ์สถานการณ์ที่กำกวมของข้อมูลของประเทศไทยของกองจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษพบว่าในปี พ.ศ.2566 ประเทศไทยมีขยะมูลฝอยเกิดขึ้นประมาณ 26.95 ล้านตัน หรือประมาณ 73,840 ตัน/วัน ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (25.70 ล้านตัน) ประมาณร้อยละ 5 เนื่องจากปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยได้กลับเข้าสู่ภาวะปกติหลังจากวิกฤติของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และได้เปิดประเทศเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แรงงาน และการลงทุน เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ตกต่ำที่ผ่านมา นอกจากนี้หลังจากวิกฤติของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการผลิตและบริโภคไปอย่างมาก โดยการสั่งสินค้าและอาหารออนไลน์เพื่อความสะดวกสบายถือเป็นกระแสหลักในการบริโภคในปัจจุบัน และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจการค้าขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ อาทิ เปลี่ยนจากการขายสินค้าหน้าร้านเป็นการขายออนไลน์ หรือเปลี่ยนแปลงบ้านพักอาศัยเป็นร้านอาหารออนไลน์หรือร้านค้าออนไลน์ ล้วนเป็นปัจจัยขับเคลื่อนในการส่งผลให้มีปริมาณขยะมูลฝอยชุมชนและขยะพลาสติกเพิ่มมากขึ้น โดยในส่วนของจังหวัดนครปฐมนั้นมีปริมาณขยะมูลฝอยสูงถึง 1,239 ตัน/วัน แต่มีขยะมูลฝอยที่นำกลับมาใช้ประโยชน์ได้เพียง 200 ตัน/วันเท่านั้น (กองจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ, 2566)

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นหนึ่งในปัญหาที่สำคัญของประเทศไทย คือ ปริมาณขยะที่เพิ่มสูงขึ้นมาก โดยกลุ่มที่มีปริมาณมากที่สุดคือกลุ่มบรรจุภัณฑ์ในแต่ละวันผู้บริโภคมีการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก โฟม เมลามีน เป็นภาชนะและหีบห่อบรรจุอาหารและสินค้าเกือบทั้งหมดเพราะราคาถูกและหาซื้อได้สะดวก แต่ปัญหาที่ตามมาคือปริมาณขยะสะสมจำนวนมาก อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาได้มีการรณรงค์ไม่ใช้ถุงพลาสติกและกล่องโฟมอย่างต่อเนื่อง จากมาตรการภาครัฐทำให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคหันมาใช้ภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทยเปิดเผยว่าการขยายตัวและการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันมีมูลค่าประมาณ 2,100 – 2,400 ล้านบาท เติบโตเฉลี่ยที่ประมาณ 25% โดยตลาดอาจขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น

13,000-16,000 ล้านบาท ในปี 2568 จากการศึกษาตลาดพบว่า การเติบโตดังกล่าวเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ อีคอมเมิร์ซ รวมถึงกระแสการตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อม ที่ทำให้ธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมุ่งเน้นทำการตลาดเชิงรุกโดยใช้ส่วนประสมการตลาดต่างๆ เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ประกอบกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมถือเป็นกิจกรรมการส่งเสริมด้านการตลาดทำให้แบรนด์สินค้าเป็นที่จดจำด้วยการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแล้ว ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้ประกอบการและองค์การธุรกิจอีกด้วย ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่าปัจจัยความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากจะเกิดจากปัจจัยกระตุ้นจากผู้บริโภคที่มีความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อม (ณฤตยา สุทธิวัฒนกำจร และ ปาริฉัตร เต็งสุวรรณ, 2567) และปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการในธุรกิจบรรจุภัณฑ์แล้ว (ณัฐติกา แก้วดี และ คณะ, 2565) ก็ยังเกิดจากปัจจัยอื่นๆ อีกหลายปัจจัย เช่น 1) การรับรู้ความสามารถของตนเอง เพราะหากผู้ประกอบการรับรู้ว่าคุณสมบัติศักยภาพและความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจก็จะมีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 2) การได้รับการสนับสนุนทางสังคม เพราะหากผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยในด้านต่างๆ เช่น การฝึกอบรมและพัฒนา การลดค่าเช่าพื้นที่ ก็จะทำให้มีความมุ่งมั่นที่จะปรับเปลี่ยนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น (นิพนธ์ สมบูรณ์พลเพิ่ม, 2556) และความตระหนักรู้ต่อสิ่งแวดล้อม เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงผลกระทบของการใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดิมที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (ชินินุช อ้อพงษ์, 2564)

ตลาดนัดชุมชนเป็นตลาดที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวันและสถานที่ที่กำหนด อาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์ และจะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน ตลาดลักษณะนี้มีอยู่ทั่วไปทั้งในชนบทและตัวเมืองใหญ่ สำหรับสถานที่ที่ใช้เป็นตลาดนัดส่วนใหญ่จะใช้บริเวณลานวัดข้างๆ สวนสาธารณะ หรือบนทางเท้า ริมถนนที่มีรถวิ่งผ่านไปมา เพื่อให้ผู้สัญจรไปมาและคนในละแวกนั้นได้มาจับจ่ายซื้อของกันสะดวก (พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และภักดี โพธิ์สิงห์, 2565) สำหรับตลาดนัดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เป็นตลาดนัดที่มีขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เพราะมีผู้ประกอบการมาจำหน่ายสินค้ามากกว่า 300 ร้านค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านขายอาหารสำเร็จรูปทั้งอาหารคาว อาหารหวาน และเครื่องดื่ม และมีผู้บริโภคที่มากับจ่ายซื้อสินค้าก็จะมีทั้งนิสิต บุคลากร และบุคคลภายนอก และจากการสำรวจการใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการในตลาดนัดก็พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แม้ว่ามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ได้มีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี พ.ศ. 2563-2567 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการเพื่อความเป็นเลิศ กลยุทธ์ที่ 5 เป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว (UI Green Metric) ไว้อย่างชัดเจนแล้วก็ตาม ส่งผลให้ทุกๆ วันพุธจะมีขยะพลาสติกเพิ่มขึ้นจำนวนมากและส่วนมากเป็นพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของบุคลากรในมหาวิทยาลัย ซึ่งขยะพลาสติกนั้นเป็นภาระอย่างยิ่งในการจัดเก็บและกำจัด เนื่องจากขยะพลาสติกเมื่อฝังพื้ก็จะกลายเป็นขยะชิ้นเล็กๆ ซึ่งสามารถแทรกในชั้นดินและปนเปื้อนในน้ำได้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อาหารสร้างความเสียหายต่อสิ่งมีชีวิต และสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง (ปอลิน จุงใจญาติ, 2565)

จากสถานการณ์การเพิ่มขึ้นของขยะพลาสติกในมหาวิทยาลัย คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เพื่อนำสารสนเทศจากการวิจัยดังกล่าวไปสู่การกำหนดแนวทางการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าในมหาวิทยาลัยให้มีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้นโยบายของมหาวิทยาลัย การเข้าร่วมการฝึกอบรม ความวิตกกังวล การได้รับคำแนะนำ และการรับรู้ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

2. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง การได้รับการสนับสนุนทางสังคม ความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ด้านบรรจุกฎหมาย และความตั้งใจใช้บรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน

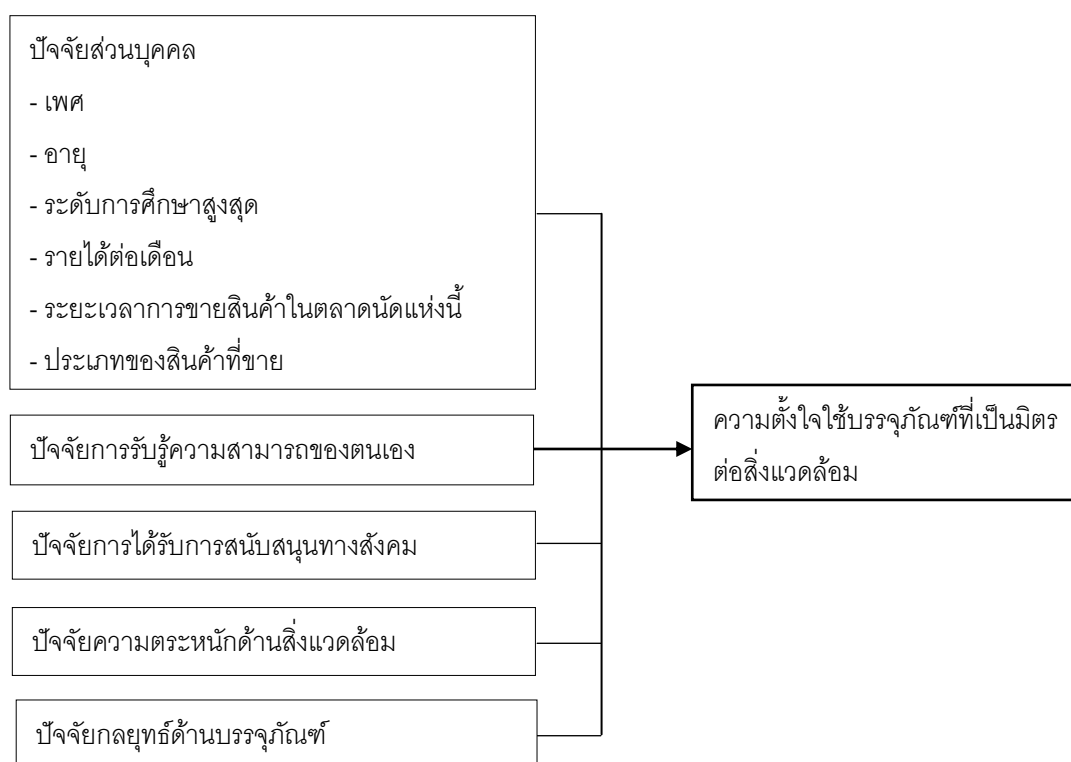
3. เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้บรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน

4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้บรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน
2. ปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง ปัจจัยการได้รับการสนับสนุนทางสังคม ปัจจัยความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยกลยุทธ์ด้านบรรจุกฎหมายส่งผลต่อความตั้งใจใช้บรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 315 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 178 คน โดยใช้สูตรในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราปจำนวนประชากรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และเก็บข้อมูลโดยใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประเภทสินค้าที่ขาย	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
อาหารสำเร็จรูปประเภทของควา	150	85
สินค้าที่เกี่ยวข้องกับความงามและแฟชั่น	62	35
ขนม ของหวาน เบเกอรี่	46	26
เครื่องดื่ม	34	19
ผัก ผลไม้ ดอกไม้ พวงมาลัย	12	7
เฟอร์นิเจอร์ ของใช้ ของตกแต่ง	6	3
สินค้ามือสอง	3	2
สินค้าสำหรับเด็ก ตุ๊กตา ของเล่น	2	1
รวม	315	178

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 3 การรับรู้ความสามารถของตนเอง จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 4 การได้รับการสนับสนุนทางสังคม จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 5 ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 6 กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 7 ความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 7 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วยการนำแบบสอบถามเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) จากการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามพบว่าค่า IOC ของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อคำถาม จึงถือว่ามีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) สำหรับการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านความเชื่อมั่น (Reliability) นั้น คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ประกอบการในตลาดนัดศรีสุข อำเภอคำพ่วงแสน จังหวัดนครปฐม จำนวน 30 คน พบว่าผลการทดสอบสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) มีค่ามากกว่า 0.70 ทุกตัวแปร ดังตารางที่ 2 จึงถือว่ามีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้ (Cronbach, 1970)

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.858
การได้รับการสนับสนุนทางสังคม	0.731
ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม	0.785
กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์	0.835
ความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	0.901

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.1 คณะผู้วิจัยจัดทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยจากสำนักงานวิทยาเขตคำพ่วงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตคำพ่วงแสน

4.2 คณะผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามทั้งในรูปแบบเอกสารและแบบออนไลน์โดยใช้ Google Form ซึ่งในแบบสอบถามจะประกอบด้วย 1) คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม 2) คุณสมบัติของผู้ที่จะตอบแบบสอบถาม 3) คำชี้แจงรายละเอียดของโครงการวิจัย 4) ช่องทางในการติดต่อคณะผู้วิจัยหากผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการวิจัย 5) การแสดงเจตนายินยอมในการตอบแบบสอบถาม และ 6) แบบสอบถาม

4.3 คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองให้ครบตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้คือ 178 คน ตามเงื่อนไขของการสุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งจะเป็นการตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจของผู้ตอบแบบสอบถามเองทั้งในรูปแบบเอกสารและแบบออนไลน์ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 2 สัปดาห์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 5 คะแนน มาก 4 คะแนน ปานกลาง 3 คะแนน น้อย 2 คะแนน และน้อยที่สุด 1 คะแนน และใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ได้แก่ การทดสอบที (t – test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (F – test) ซึ่งหากพบความแตกต่างจะมีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย Least significant difference (LSD) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Stepwise multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.10 อายุ 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.90 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 34.30 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.40 มีระยะเวลาในการขายสินค้าตั้งแต่ 1 - 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.60 ขายอาหารสำเร็จรูปประเภทของหวาน คิดเป็นร้อยละ 46.10 ไม่ทราบนโยบายสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 56.70 ไม่เคยเข้าร่วมการฝึกอบรมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 84.80 มีความวิตกกังวลหรือพบปัญหาอุปสรรคในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในด้านบรรจุภัณฑ์มีต้นทุนสูง คิดเป็นร้อยละ 27.50 ไม่เคยได้รับคำแนะนำให้รู้จักหรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 80.30 รับรู้ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในด้านการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน คิดเป็นร้อยละ 23.80 เท่ากัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง การได้รับการสนับสนุนทางสังคม ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ และความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง การได้รับการสนับสนุนทางสังคม ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ และความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การรับรู้ความสามารถของตนเอง	4.17	0.565	มาก
2. การได้รับการสนับสนุนทางสังคม	3.11	0.772	ปานกลาง
3. ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม	4.27	0.573	มาก
4. กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์	3.60	0.721	มาก
5. ความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.36	0.765	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยการได้รับการสนับสนุนทางสังคมและความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปร	t	F	Sig
1. เพศ	-.653		.474
2. อายุ		5.427	.001**
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		2.008	.080
4. รายได้ต่อเดือน		4.621	.004**
5. ระยะเวลาการขายสินค้าในตลาดนัดแห่งนี้		3.004	.032*
6. ประเภทของสินค้าที่ขาย		13.332	.000**

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่ต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ผู้ประกอบการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ประกอบการแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มี 26 - 35 ปี และผู้ประกอบการที่มีอายุ 36 - 45 ปี ส่วนผู้ประกอบการที่มีอายุ 26 - 35 ปี มีความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผู้ประกอบการแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป 3) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน 4) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ผู้ประกอบการที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท มีความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาท และผู้ประกอบการที่มีระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาท 5) กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการขายสินค้าในตลาดนัดแห่งนี้ที่ต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการขายสินค้าในตลาดนัดแห่งนี้

นี้ตั้งแต่ 1-3 ปี มีความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการขายสินค้าในตลาดนัดแห่งนี้มากกว่า 3 ปีขึ้นไป 6) กลุ่มตัวอย่างที่มีประเภทของสินค้าที่ขายที่แตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยผู้ประกอบการที่ขายอาหารประเภทสินค้าที่ขายอาหารสำเร็จรูปประเภทของความมีความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ประกอบการที่ขายสินค้าประเภทอื่นๆ

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-0.595	0.334		-1.784	0.076		
กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ (X_4)	0.356	0.076	0.336	4.674**	0.000	0.570	1.755
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (X_1)	0.470	0.078	0.347	6.043**	0.000	0.889	1.125
การได้รับการสนับสนุนจากสังคม (X_2)	0.229	0.068	0.231	3.349**	0.001	0.619	1.615
R = 0.699 R Square = 0.489 Adjusted R Square = 0.480 Std. Error of the Estimate = 0.55196							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของข้อมูลตามเกณฑ์ที่จะใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ โดยตัวแปรอิสระนั้นต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) ซึ่งทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 และค่า Tolerance มากกว่า 0.2 (Marcoulides and Raykov, 2019) ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะพบว่าค่า VIF สูงสุดที่ได้มีค่า 1.755 ซึ่งไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด 0.570 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ากลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ (X_4) ปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง (X_1) และปัจจัยการได้รับการสนับสนุนจากสังคม (X_2) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปรสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการได้ร้อยละ 48.90 ($R^2 = 0.489$) ส่วนปัจจัยความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวทำนายมาเขียนเป็นสมการทำนายความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ คือ

$$Y = -0.595 + 0.356(X_4) + 0.470(X_1) + 0.229(X_2)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน คือ

$$Z = 0.336(Z_4) + 0.347(Z_1) + 0.321(Z_2)$$

อภิปรายผล

1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบนโยบายสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัยไม่เคยเข้าร่วมการฝึกอบรมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความวิตกกังวลในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต้นทุนสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงชัย สุธีร์ศักดิ์ และ คณะ (2563) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บรรจุภัณฑ์ใส่อาหารที่ใช้แล้วทิ้งของร้านขายอาหาร กรณีศึกษา อำเภอเมืองและอำเภอกะห้ จังหวัดภูเก็ต ผลจากการสำรวจปัจจัยในเรื่องของต้นทุนกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่าทุกกลุ่มตัวอย่างร้านขายอาหารที่เลือกกล่องและบรรจุภัณฑ์ใส่อาหารแบบใช้แล้วทิ้งที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเหตุผลในเรื่องของราคาต้นทุน

2. ผู้ประกอบการที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการขายสินค้าตลาดนัดแห่งนี้ และประเภทสินค้าที่แตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐติกา แก้วดี และ คณะ (2565) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผู้ค้าตลาดเจริญศรี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาการขาย ประเภทแผงค้า และการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติกร เทพบุร และ คณะ (2562) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรายย่อย ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรายย่อยแตกต่างกัน ส่วนผู้ประกอบการที่มีเพศและระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณันทา บุญประคอง และ สุพร อ่อนพุทธา (2567) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมของพนักงานในองค์กรภาครัฐแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน ประเภทตำแหน่ง และระยะเวลาการปฏิบัติงานส่งผลต่อพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ คมกริช นันทะโรจวงศ์ (2564) ที่ทำการศึกษาการเสริมสร้างพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีนวัตกรรม: อิทธิพลของการรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร ทั้งนี้เนื่องจากการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นความเชื่อและมุมมองส่วนบุคคลในการประเมินความสามารถและการจัดการกับความท้าทายและความกดดันต่างๆ จากงาน หากบุคคลรับรู้ว่าคุณภาพและความรู้ความสามารถพร้อม เขาจะมีพฤติกรรมที่กล้าเสี่ยงกล้าตัดสินใจในการทำงานที่ทำหายแต่สามารถบรรลุเป้าหมายได้

4. ปัจจัยการได้รับการสนับสนุนทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิพนธ์ สมบูรณ์พูลเพิ่ม (2556) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของผู้นำชุมชนอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า การได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลภายในครอบครัว การได้รับแรงสนับสนุนจากองค์กรท้องถิ่น ความผูกพันที่มีต่อชุมชน และการมีเอกลักษณ์ทางสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของผู้นำชุมชนอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ได้ร้อยละ 42.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shabeeb, Ammer, and Elshaer (2023) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยภายในของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ประสิทธิภาพในตนเอง ทักษะคิด และความมุ่งมั่นในการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และปัจจัยภายนอกของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การสนับสนุนจากประเทศ การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย และบรรทัดฐานส่วนบุคคล สามารถทำนายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการศึกษารังนี้ไปสู่การสร้างสื่อการสอน โปรแกรม และเงินทุนที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5. ปัจจัยความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการในตลาดนัดวันพุธมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย จึงให้ความสำคัญมากในเรื่องของต้นทุน ความคุ้มค่า ความอยู่รอดในธุรกิจ ประกอบกับผู้ประกอบการมีความกังวลในเรื่องของต้นทุนสูงเนื่องจากราคาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีราคาค่อนข้างสูง นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงนโยบายสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัยและไม่เคยเข้าร่วมการฝึกอบรมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัฐภิญา บัณฑิตกุล (2560) ที่ทำการศึกษาศักยภาพความตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม สุขภาพ วัสดุภัณฑ์ภายนอก ความรู้เรื่องนิเวศวิทยา และอิทธิพลระหว่างบุคคลที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางธรรมชาติของสตรีในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม ($\text{Sig.} = .529$) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางธรรมชาติของสตรีในกรุงเทพมหานคร แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปทุมรส กาญจนอุดม, ประเมศร์ อัสวเรืองพิภพ และ โอปอล์ สุวรรณเมฆ (2562) ที่ทำการศึกษาศักยภาพการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์อาหารชานอ้อยของผู้ประกอบการร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าความตระหนักถึงสถานการณ์สิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ใส่อาหารด้วยวัสดุจากชานอ้อยที่ทำให้มีสัดส่วนปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์บรรจุอาหารชานอ้อยสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชร เวชประสิทธิ์ (2564) ที่ทำการศึกษากิจกรรมของส่วนประกอบการตลาดที่มีต่อความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรกำกับ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประกอบการตลาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับ 0.282 แสดงว่าตัวแปรส่วนประกอบการตลาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 4 ด้าน สามารถร่วมกันทำนายความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีได้ร้อยละ 28.20

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในตลาดวันพุธมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า 1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบนโยบายสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย ไม่เคยเข้าร่วมการฝึกอบรมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความวิตกกังวลในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต้นทุนสูง 2) ผู้ประกอบการที่มีอายุรายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการขายสินค้าตลาด และประเภทสินค้าที่แตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง การได้รับการสนับสนุนทางสังคม และกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรจะ 1) ประชาสัมพันธ์นโยบายการสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัยและการจัดโครงการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้กับผู้ประกอบการ 2) สร้างแกนนำกลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้

บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัย และ 3) นำผลงานนวัตกรรมเกี่ยวกับบรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัยไปสู่การใช้ประโยชน์กับผู้ประกอบการรายย่อยที่มีเงินทุนไม่มากนัก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบนโยบายสนับสนุนการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย ไม่เคยเข้าร่วมการฝึกอบรมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการขายสินค้าในตลาดนัดน้อยจะมีความตั้งใจในการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการขายสินค้าในตลาดนัดแห่งนี้มากกว่า ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรประชาสัมพันธ์นโยบายการสนับสนุนการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัยและการจัดโครงการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้กับผู้ประกอบการโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้ามาขายสินค้าในตลาดนัด เช่น การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติที่มีในท้องถิ่นทดแทนการใช้ถุงพลาสติก การเลือกใช้บรรจุกัณท์ที่ย่อยสลายได้ การลดการใช้บรรจุกัณท์ที่เกินความจำเป็น เป็นต้น

2. จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยการสนับสนุนจากสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรสร้างแกนนำกลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัย เช่น การติดป้ายสัญลักษณ์หน้าร้านค้าที่ใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การให้ส่วนลดค่าเช่าพื้นที่ในกรณีที่ใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การให้ส่วนลดในการเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมและพัฒนาเกี่ยวกับบรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น การให้ส่วนลดในการซื้อวัตถุดิบบรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่นักวิจัยในมหาวิทยาลัยพัฒนาขึ้น รวมถึงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคทั้งนิสิตและบุคลากรตระหนักถึงความสำคัญและให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่ใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้มีความรู้ ความสามารถในการวางแผนธุรกิจ หรือทักษะในการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น เพื่อผู้ประกอบการจะได้มีความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจ โดยการจัดเป็นโครงการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการหรือการจัดฝึกอบรมส่งเสริมผู้ประกอบการ

4. จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยกลยุทธ์ด้านบรรจุกัณท์ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความวิตกกังวลในการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต้นทุนสูง และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยมีความตั้งใจในการใช้บรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่อเดือนสูง ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรนำผลงานนวัตกรรมเกี่ยวกับบรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัยไปสู่การใช้ประโยชน์กับผู้ประกอบการรายย่อยที่มีเงินทุนไม่มากนัก เช่น เครื่องอัดภาชนะใบไม้ และควรจะมีการให้บริการอัดภาชนะใบไม้และการจำหน่ายบรรจุกัณท์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นที่หาง่าย เช่น ใบตอง ใบบัว ใบสัก กาบไผ่ กาบกล้วย ผักตบชวา ใบโพธิ์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้าถึงบรรจุกัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในต้นทุนที่เหมาะสมต่อขนาดของกิจการได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรเลือกใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ควบคู่กับการใช้แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน มีความสมบูรณ์ และได้ข้อมูลในเชิงลึก อันจะเป็นประโยชน์มากขึ้น

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตการวิจัยไปศึกษาหาแนวทางในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อยในตลาดนัด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน หันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อจะได้ซื้อค้นพบจากการวิจัยที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ. (2566). รายงานสถานการณ์สถานที่กำจัดขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2566. สืบค้นจาก https://www.pcd.go.th/wp-content/uploads/2024/05/pcdnew-2024-05-09_07-53-50_682275.pdf
- คมกริช นันทะโรจวงศ์. (2564). การเสริมสร้างพฤติกรรมกาเป็นผู้ประกอบการภายในองค์การของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีนวัตกรรม: อิทธิพลของการรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ และการรับรู้ความสามารถของตนเอง. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(1), 44-65.
- ชินินุช อ้อพงษ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกใช้ซ้ำ (Reusable packaging) ในการขนส่งสินค้า. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- ฐิติกร เทพบุร, ธัญญธิดา ศรีคำ, นกัสนกร แซ่ลิ้ม, ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และ วรุตญญ รัชมิทัต. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรายย่อย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(1), 50-58.
- ณัฐติกา แก้วดี, เสาวลักษณ์ ชมทอง, กัญญาวีร์ เอมโอบะฐู และ ปวีณา ลิ้มปิทีปการ. (2565). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผู้ค้าตลาดเจริญศรี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 11(2), 65-82.
- ธงชัย สุธีรศักดิ์, วัชรวิดี ลิ้มสกุล, ณัฐฐิณี อุทกุล และ ณัฐฐาพร อุทกุล. (2563). พฤติกรรมการใช้บรรจุภัณฑ์ใส่อาหารที่ใช้แล้วทิ้งของร้านขายอาหาร ถนนศึกษา อำเภอเมืองและอำเภอกะปู้ จังหวัดภูเก็ต. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 2(1), 20-38.
- นฤนาถ สุทธิวัฒน์กำจร และ ปาริฉัตร เต็งสุวรรณ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ขนส่งรักษาสภาพของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์. *รายงานการประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 11 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 9 วันที่ 26 พฤษภาคม 2567 มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*.
- นิพนธ์ สมบูรณ์พลเพิ่ม. (2556). พฤติกรรมการเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของผู้นำชุมชนอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปทุมรส กาญจนอุดม, ปรมะศรี อัสวเรืองพิภพ และโอบอล สุวรรณเมฆ. (2562). การตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์อาหารชานอ้อยของผู้ประกอบการร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 6(2), 369-387.
- ปอลิน จุงใจญาติ. (2565). แผนธุรกิจบรรจุภัณฑ์ใส่อาหารเพื่อสิ่งแวดล้อมภายใต้แบรนด์ "BIOPAUL" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และภักดี โพธิ์สิงห์. (2565). การขับเคลื่อนตลาดนัดชุมชนสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 13(2), 1-14.
- วัชร เวชประสิทธิ์. (2564). อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อความตั้งใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรกำกับ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 11(2), 90-100.

- สุนันทา บุญประกอบ และ สุรพร อ่อนพุทธา. (2567). พฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมของพนักงานในองค์กรภาครัฐแห่งหนึ่ง. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(3), 1-17.
- อัฐิภิญญา บัณฑิตาสกุล. (2560). ปัจจัยความตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม สุขภาพ รูปลักษณ์ภายนอก ความรู้เรื่องนิเวศวิทยา และอิทธิพลระหว่างบุคคลที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางธรรมชาติของสตรีในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing* (3rd ed.). New York, NY: Harper & Row.
- Marcoulides, K. M., and Raykov, T. (2019). Evaluation of Variance Inflation Factors in Regression Models Using Latent Variable Modeling Methods. *Educational and Psychological Measurement*, 79(5), 874-882.
- Shabeeb, A. M., Ammer, M. A., and Elshaer, I. A. (2023). Born to be green: Antecedents of Green Entrepreneurship Intentions among Higher Education Students. *Sustainability*, 15(8), 6668.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York, NY: Harper and Row.