

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้

บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ผู้เขียน

นางสาว สิริลักษณ์ มีชัยนุกา

ปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

(จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์สงคราม เชาว์ศิลป์

## บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม กับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (3) เพื่อศึกษาอำนาจในการพยากรณ์ของทัศนคติต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการศูนย์การค้าประเภท Hypermarket และ Supermarket ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสอบถามลักษณะทางประชากร แบบวัดทัศนคติต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม แบบวัดบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง แบบวัดความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม แบบวัดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติพรรณนา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ทักษะคิดต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $r = .273, .596$  และ  $.458$  ตามลำดับ)

2. บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงทั้ง 8 กลุ่ม คือ กลุ่มเพื่อน พ่อแม่ พี่น้อง คารา/ผู้มีชื่อเสียง ญาติๆ สามี/ภรรยา ครู/อาจารย์ และนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $r = .419, .504, .472, .325, .323, .398, .453$  และ  $.504$  ตามลำดับ)

ความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ในกลุ่มพ่อแม่ และนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีอำนาจร่วมกันในการพยากรณ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**Independent Study Title** Factors Predicting Intention to Purchase  
Products with Eco Design Packaging

**Author** Miss Siriluk Meethunyakorn

**Degree** Master of Science  
(Industrial and Organizational Psychology)

**Independent Study Advisor** Assoc. Prof. Songkram Chowsilpa

### ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the attitude toward purchasing products with eco design packaging, subjective and awareness of environmental problems and intention to purchase products with eco design packaging.

The sample comprised 384 Chiangmai municipality consumers who went shopping at Hypermarket and Supermarket in Chiangmai municipality. The research instruments consisted of a demographic questionnaire, attitude scale, subjective norm scale, awareness of environmental problems scale, and intention to purchase products with eco design packaging scale. Data were analyzed by using descriptive statistics, correlation coefficient analysis, and multiple regression analysis.

The results of this research were as follows:

1. Attitude toward purchasing behavior, subjective norm, awareness of environmental problems significantly relationship to intention to purchase products with eco design packaging at the .01 level ( $r = .273, .596$  and  $.458$  respectively).
2. All groups of subjective norm: friends, parents, sisters/brothers, superstars/ celebrities, relatives, husbands/wives, teachers and environment conservation experts significantly relationship to intention to purchase products with eco design packaging at the .01 level ( $r = .419, .504, .472, .325, .323, .398, .453$  and  $.504$  respectively).
3. Subjective norm and awareness of environmental problems significantly predicted intention to purchase products with eco design packaging at the .01 level.