

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ค |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ฉ |
| สารบัญ | ๗ |
| สารบัญตาราง | ฉ |
| สารบัญแผนภาพประกอบ | ฎ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 3 |
| 1.3 สมมติฐานการศึกษา | 3 |
| 1.4 ขอบเขตในการศึกษา | 4 |
| 1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการศึกษา | 5 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม | 7 |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม | 12 |
| 2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค | 20 |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับวิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อม | 28 |
| 2.5 แนวคิดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม | 30 |
| 2.6 แนวคิดการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม | 33 |
| 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา | 37 |
| 2.8 กรอบแนวคิดในการศึกษา | 42 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา | |
| 3.1 รูปแบบการศึกษา | 44 |
| 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 44 |
| 3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล | 45 |

| | หน้า |
|---|------|
| 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | 46 |
| 3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | 50 |
| 3.6 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล | 51 |
| 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล | 53 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของ การศึกษา ข้อ 1 | 56 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของ การศึกษา ข้อ 2 | 57 |
| 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรทั่วไป | 63 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา | |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 81 |
| 5.2 ประเด็นที่ค้นพบจากการศึกษา | 81 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ | 87 |
| 5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป | 89 |
| บรรณานุกรม | 90 |
| ภาคผนวก | |
| ผนวก ก แบบสอบถาม | 91 |
| ผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ | 101 |
| ผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ | 102 |
| ประวัติผู้เขียน | 103 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | | หน้า |
|-------|---|------|
| 1 | จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อสิ่งแวดลอม | 56 |
| 2 | ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับพฤติกรรมการ ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอม | 58 |
| 3 | ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการ ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอม | 60 |
| 4 | จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากร | 63 |
| 5 | ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการปฏิบัติตัวใน ชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเป็นรายกิจกรรม | 65 |
| 6 | จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับวิถีชีวิต รักษ์สิ่งแวดลอม | 68 |
| 7 | จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสิ่งแวดลอมจำแนกเป็นรายข้อ | 69 |
| 8 | จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอม | 72 |
| 9 | ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการรับรู้คุณค่าของ ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอมจำแนกเป็นรายข้อ | 73 |
| 10 | จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการรับรู้คุณค่า ของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอม | 75 |
| 11 | ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อ | 77 |

สารบัญภาพ

| ภาพ | | หน้า |
|-----|---|------|
| 1 | แสดงรายละเอียดรูปแบบของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคร | 22 |
| 2 | แสดงลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคร | 25 |
| 3 | กรอบแนวคิดในการศึกษา | 42 |
| 4 | ข้อมูลแสดงจำนวนประชากรตัวอย่างของเจ้าหน้าที่ในสังกัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร | 45 |