

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร

การดำเนินการศึกษา เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยผู้ศึกษาเลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้คือกลุ่มเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชรมีจำนวนทั้งสิ้น 200 คน ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Darwin Hendel (April, 1977) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และเลือกกลุ่มตัวอย่างออกมาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้กลุ่มประชากรแต่ละอำเภอและกิ่งอำเภอมีโอกาสที่จะถูกเลือกเข้ามาเป็นกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจประเภทและความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3 แบบวัดเกี่ยวกับวิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 4 แบบวัดเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความรู้และการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ผู้ศึกษาได้สร้างแบบวัดดังกล่าวโดยอาศัยแนวคิดจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับแบบวัดพฤติกรรมด้านวิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อมผู้ศึกษาได้คัดแปลงจากแบบวัดของผู้ศึกษาได้จากการศึกษาคัดแปลงเพิ่มเติมของรศ.ดร. จันทรสมา (2544). ซึ่งได้นำแบบวัดดังกล่าวหาความเที่ยงในกลุ่มผู้บริโภคสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 คนได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.84 ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่นสูง และในส่วนของแบบวัดปัจจัยทางจิตวิทยา คือ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ผู้ศึกษาทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยเริ่มจากการหาความตรงด้านเนื้อหา โดยการนำข้อคำถามที่จัดสร้างขึ้นเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเพื่อดูความครอบคลุม ความชัดเจนเหมาะสมของเนื้อหา และความถูกต้องในการใช้ภาษา แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษา จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบการตีความหมายให้เข้าใจตรงกันและเพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบวัด โดยได้ทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของปัจจัยแต่ละปัจจัยด้วยโปรแกรม SPSS/PC โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ด้วยวิธีของครอนบาค ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น พบว่า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .73 และการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .68 ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่นที่ค่อนข้างสูงพอที่จะนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้ได้

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งในระดับอำเภอและตำบลครอบคลุมทั้งจังหวัดกำแพงเพชรมาดำเนินการตรวจสอบเช็คความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลพร้อมจัดทำรหัสข้อมูลตามแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นคู่มือในการลงรหัสแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้นั้นมาทำการลงบันทึกในงานแม่เหล็ก ไปวิเคราะห์หาค่าสถิติด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าสถิติอัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะประชากรตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อม การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์แล้วนำเสนอโดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ และเสนอผลการวิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างโดยการวิเคราะห์การผันแปรทางเดียว และ t -test เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 ประเด็นที่ค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี รองลงมา คือ อายุระหว่าง 36 – 50 ปี โดยพบว่าเป็นเพศหญิง มากกว่าชาย และส่วนมากมีสถานภาพสมรสแล้ว เกี่ยวกับระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี ด้านฐานะทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ใกล้เคียงกัน ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท

5.1.2 วิถีชีวิตรักร้างถึงแวดล้อม

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวันแบบวิถีชีวิตรักร้างถึงแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง

5.1.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง

5.1.4 การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ในระดับสูง

5.1.5 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง

5.2 ประเด็นที่ค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้

จากวัตถุประสงค์หลักของการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ว่า เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร ประเด็นที่ค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อ 1 ที่กล่าวว่า เจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับสูง

ประเด็นที่ค้นพบจากการศึกษาเชิงสำรวจ พบว่า เจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 4 ประเภท ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ไขปัญหามลภาวะทางอากาศ นำน้ำเสียขยะมูลฝอย และแก้ปัญหาอาหารที่มีสารพิษเจือปนอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

จากการที่พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวกับการค้นหา การซื้อ การได้รับ การใช้และการกำจัดสิ่งสินค้าหรือบริการ ที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น โดยรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) มีจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่สิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง ซึ่งโมเดลนี้อาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการซึ่งนักการตลาดมักจะใช้กลยุทธ์จัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งใช้เหตุจูงใจด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจด้านจิตวิทยาหรืออารมณ์ก็ได้ ซึ่งสิ่งกระตุ้นนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน คือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นได้ เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดูดี สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากลูกค้านเป้าหมาย สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย เช่น มีการจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาดเช่น มีการโฆษณาสม่ำเสมอ เน้นให้เห็นคุณค่าของตนเองและสังคมส่วนรวม ความแตกต่างของตรา (Brand differential) มีการใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลดแลกแจกแถม การสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าบุคคลทั่วไป สิ่งต่างๆ เหล่านี้ถือเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ เป็นต้น และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ที่อยู่ภายนอกเป็นสิ่งที่นักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านคอมพิวเตอร์ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าหนึ่งๆ มีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ การออกร้านนิทรรศการ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น และสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's black box) และลักษณะ

การตัดสินใจของผู้ซื้อ แล้วจึงมีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าปรากฏผลออกมา (Consequence) ในรูปแบบของการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าซื้อหรือไม่ซื้อหรือซื้อซ้ำใหม่ถ้าได้รับสิ่งเสริมแรง (Reinforcement) ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค คือ ลักษณะของตัวผู้ซื้อเองและลักษณะการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยในส่วนของลักษณะผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และปัจจัยส่วนบุคคล (อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ค้นพบสามารถอธิบายได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชรส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นผลเนื่องมาจากประเด็นต่างๆ ดังนี้ คือ

1) ขาดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะภายในเขตจังหวัดกำแพงเพชรมีร้านค้าที่มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ยังไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าที่ควร

2) ขาดการกระตุ้นทางการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการ หรืออาจเป็นไปได้ว่าร้านค้าที่มีผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจัดวางจำหน่ายขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือเป็นไปได้ว่ามีการให้ข้อมูลสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ทางร้านมีจัดวางจำหน่ายอยู่ไม่มากนัก เป็นผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องสถานที่จัดวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับต่ำ ว่ามีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมตามร้านค้าทั่วไปไม่ใช่แต่เฉพาะแต่ในห้างสรรพสินค้าเท่านั้น

3) ราคาของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้ากลุ่มเดียวกันทั่วไปราคายังค่อนข้างสูง ดังจะเห็นได้ว่าในเรื่องของการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมว่าแม้จะเป็นสินค้าที่ช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมแต่กลุ่มตัวอย่างกลับตอบไม่แน่ใจ และไม่เห็นด้วยอย่างว่าราคาสินค้าในกลุ่มนี้โดยเฉลี่ยในภาพรวมมักมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไปนั้นเหมาะสมดีแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจริยา ทับเอี่ยม, และคณะ (2539) ที่ศึกษาผลของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคของผู้ประกอบการและผู้บริโภคระดับครัวเรือนจำนวน 305 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเอง จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเห็นว่าสินค้าที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต้องมีคุณสมบัติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง มีราคาไม่แพง ไม่ก่อให้เกิดมลพิษ และไม่อันตรายต่อคน และเหตุผลที่สำคัญในการซื้อสินค้านั้นต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก แล้วจึงพิจารณาคุณสมบัติของสินค้าเป็นลำดับต่อมา และสอดคล้องกับเหตุผลสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากกรณีศึกษาเรื่องการยอมรับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาพยาบาลสังกัด

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร

การดำเนินการศึกษา เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยผู้ศึกษาเลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษานี้คือกลุ่มเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชรมีจำนวนทั้งสิ้น 200 คน ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Darwin Hendel (1977) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และเลือกกลุ่มตัวอย่างออกมาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้กลุ่มประชากรแต่ละอำเภอ และกิ่งอำเภอมีโอกาสที่จะถูกเลือกเข้ามาเป็นกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ คือแบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจประเภทและความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3 แบบวัดเกี่ยวกับวิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 4 แบบวัดเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความรู้และการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ผู้ศึกษาได้สร้างแบบวัดดังกล่าวโดยอาศัยแนวคิดจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับแบบวัดพฤติกรรมด้านวิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อมผู้ศึกษาได้ดัดแปลงจากแบบวัดของผู้ศึกษาได้จากการศึกษาคัดแปลงเพิ่มเติมของรติรส จันทรสมา (2544). ซึ่งได้นำแบบวัดดังกล่าวหาความเที่ยงในกลุ่มผู้บริหารสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 คนได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.84 ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่นสูง และในส่วนของแบบวัดปัจจัยทางจิตวิทยา คือ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ผู้ศึกษาทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยเริ่มจากการหาความตรงด้านเนื้อหา โดยการนำ

กระทรวงสาธารณสุข ของนางนุช อิมพิทักซ์ (2540) คือ ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนได้ และปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมพบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังไม่ดีเท่าที่ควรและไม่ได้มาตรฐาน การวางจำหน่ายในท้องตลาดไม่แพร่หลายทำให้หาซื้อยาก ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง รวมถึงยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคเนื่องจากขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์

4) การที่ประสบการณ์ตรงต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในจังหวัดกำแพงเพชรของกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างน้อย และจากสาเหตุที่จังหวัดกำแพงเพชรในภาพรวมยังไม่เคยเกิดมีกรณีที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงมาก่อนด้วยส่วนหนึ่ง สอดคล้องกับข้อมูลแบบแผนการดำเนินชีวิตวิถีชีวิตสิ่งแวดล้อม ในข้อ 13 ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีการปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวันนานๆ ครั้ง เกี่ยวกับประเด็นการร่วมคัดค้านกับการกระทำที่อาจมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเข้าซื้อร้องเรียน ร่วมเดินขบวน โดยมีค่าเฉลี่ย 1.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12 ซึ่งการมีจิตสำนึกด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคอาจเกิดจากผลการเรียนรู้ทั้งทางตรง และทางอ้อมของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังเช่นผลการศึกษาของ Finger (1994) ที่พบว่า ประชาชนที่มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เช่น การประสบความหายนะทางธรรมชาติ การปฏิบัติต่อธรรมชาติ การอยู่กับธรรมชาติ จะมีผลต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าประชาชนที่มีความรู้ความตระหนักที่เกิดจากการเรียนรู้ทางอ้อม เช่น การได้ยิน ได้ฟังประสบการณ์ของผู้อื่น ทำให้ความใส่ใจในเรื่องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เอื้อต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่สูงตามที่ตั้งสมมติฐานไว้แม้ว่าในภาพรวมผลการศึกษาเชิงสำรวจครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง จนถึงระดับสูงก็ตาม

อย่างไรก็ตาม การที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลางค่อนข้างมาทางระดับสูงซึ่งสอดคล้องกับการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะของผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตวิถีชีวิตสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลางและมีการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลางจนถึงระดับสูง

ดังนั้นผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชร มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับสูง

สมมติฐานข้อที่ 2 กล่าวว่า ปัจจัยทางจิตวิทยา คือ วิถีชีวิตวิถีชีวิตสิ่งแวดล้อม ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ

เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กำแพงเพชรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอมแตกต่างกัน

ประเด็นที่ได้จากการศึกษาค้างนี้ พบว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้สนับสนุนสมมติฐานเพียงบางส่วน โดยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากร คือ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน และปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอมที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก

- 1) การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอมเป็นความชอบของแต่ละบุคคล
- 2) อาจเนื่องมาจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ด้อยคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน ฯลฯ กลุ่มตัวอย่างไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ แม้ว่าจะมีรายได้ต่อเดือนที่เพียงพอต่อการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นก็ตาม
- 3) อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอมที่ผู้ศึกษาเลือกนำมาศึกษา เป็นสินค้าที่มีใช้ในชีวิตรประจำวันที่จำเป็นต้องอุปโภคอยู่แล้วหรือมีใช้อยู่แล้ว และหรือสินค้าในบางประเภทมีราคาไม่สูงมากเมื่อเทียบกับรายได้ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับต่อเดือน เช่น น้ำมัน ไร้สารตะกั่ว ผู้เขียนปลดอดสาร CFCs สเปรย์น้ำไล่แมลง สเปรย์ดับกลิ่นกาย ผลิตภัณฑ์ชนิดเคมต่างๆ เป็นต้น
- 4) การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอมทั้ง 4 ประเภทนี้ อาจเป็นการเลือกซื้อด้วยความเคยชินหรืออาจใช้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอมเพียงเล็กน้อยมาประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจก็สามารถตัดสินใจได้ว่าซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ (อ้างแล้วนงนุช อัมพพิทักษ์, 2540)
- 5) อาจเป็นเพราะแรงงูใจที่ทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอมมิได้หลายสาเหตุ ไม่ใช่แค่เฉพาะลักษณะทางประชากรหรือการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เท่านั้น อาจมาจากมูลเหตุในการซื้อ 4 มูลเหตุ คือ แรงงูใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ แรงงูใจที่เกิดจากเหตุผลในการซื้อ แรงงูใจที่เกิดจากอารมณ์ในการซื้อ และแรงงูใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้าก็ได้เช่นกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538 อคฺลย์ จาตุรงค์กุล, 2539) ผู้บริโภคอาจมีมูลเหตุในการซื้อที่ประกอบกัน เช่น การซื้อน้ำยาล้างจาน ผู้บริโภคต้องการน้ำยาล้างจานที่สามารถทำความสะอาดคราบน้ำมันและสิ่งสกปรกได้ มีกลิ่นหอม ราคาไม่แพง และประหยัดมากขึ้นเมื่อซื้อแบบชนิดเคม รวมถึงน้ำทิ้งจากน้ำยาล้างจานก็ต้องไม่ทำให้สภาพแหล่งน้ำเน่าเสียอีกด้วย

ซึ่งจะเห็นได้ว่าเหตุผลที่ผู้บริโภคนิยมใช้พิจารณาเพื่อเลือกซื้อน้ำยาล้างจานที่ต้องการนั้น เนื่องมาจากมูลเหตุทั้งที่ตัวผลิตภัณฑ์ มีเหตุผลและมูลเหตุจากอารมณ์ไปพร้อมๆ กันด้วย ในทำนองเดียวกัน ด้วยเหตุนี้จึงอาจทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้กลุ่มนี้ไม่ได้มีมูลเหตุจากความแตกต่างเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน) และปัจจัยทางจิตวิทยา คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างเด่นชัดก็เป็นได้

ดังนั้นประเด็นในการศึกษาตัวแปรอิสระเกี่ยวกับลักษณะประชากรและด้านความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทั้งสองปัจจัยนี้จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ทางสถิติสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “วิถีชีวิตรักสิ่งแวดล้อม” และ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $P < 0.001$ ทั้ง 2 ปัจจัย ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

จากการที่ปัจจุบัน ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ทวีความรุนแรงขึ้นไม่ว่าจะเป็นปัญหาเรื่องมลพิษทางน้ำ ทางอากาศตามเมืองใหญ่ๆ ปัญหาขยะมูลฝอย สภาพดินที่เสื่อมโทรม หรือการตกค้างของสารเคมีที่เป็นพิษในดิน แหล่งน้ำ และผลผลิตทางการเกษตรนั้น ได้กลายเป็นปัญหาที่คุกคามต่อสุขภาพของผู้คนจำนวนมาก จากการสำรวจของกองวัดภูมิพิษ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เมื่อปี พ.ศ. 2530 - 2531 พบว่ามีสารเคมีอันตรายกลุ่มคลอริเนตคั่งอยู่ในแหล่งน้ำ และในดินกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ ของตัวอย่างที่นำมาศึกษา และมีการตรวจพบสารดีดีทีในน้ำนมแม่กว่า 80 เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น องค์การทางภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการต่างๆ รวมทั้งประชาชนได้ให้ความสนใจ และเริ่มต้นตัวที่จะช่วยกันลดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในปัจจุบันให้ดีขึ้น (วิจурย์ ปัญญากุล, 2540; มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด, 2540; รื่นรมย์, 2541; ติปปนนท์ เกตุทัศน์, 2539) การที่ผู้บริโภคนิยมการรับรู้และเข้าใจสภาพการณ์ที่สิ่งแวดล้อมกำลังประสบกับความเสื่อมโทรมโดยทั่วไปในสังคมโลกจะส่งผลต่อการปฏิบัติที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม (มนัส สุวรรณ, 2532; Carter อ่างใน ครุพันธ์ แสนศิริพันธ์, 2537) และวิธีการหนึ่งที่ผู้บริโภคเห็นว่าเป็นการปฏิบัติที่สามารถช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้คือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคที่เื้อต่อสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น อาทิ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำรงชีวิตที่เข้าใกล้ธรรมชาติมากที่สุด การปฏิบัติต่อธรรมชาติ การอยู่กับธรรมชาติ จากการศึกษาของ Simmons & Widmar (1991) (อ่างโนนฤมล แก่อินทร์, 2542) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างพฤติกรรมกรรีไซเคิลอันเป็นพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน พบว่า การแสดงพฤติกรรมรีไซเคิลนั้นเกิดจากการที่บุคคลเกิดความรู้อิกรับผิดชอบในการรักษา

สภาพแวดล้อม และต้องการที่จะแสดงพฤติกรรมที่เป็นการช่วยแก้ไข และพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ให้ดีขึ้น การมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ กัน ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะมีการปรับวิถีชีวิตของตนเองให้สอดคล้องและกลมกลืนกับธรรมชาติมากขึ้น (สมัย อภาภิรม, 2537) และมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่ผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงคุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต การอุปโภคบริโภค และการกำจัดทิ้ง ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่พบว่า ปัจจัยความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม การมีจิตสำนึกต่อการรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค (เทรีอวัลย์ พงษ์ประเสริฐชัย และคณะ, 2539; ครุพันธ์ แสนศิริ, 2537; ประสาน ตั้งतिकบุตร, 2527; Jackson & Wasnich, 1997; Sutton & Al Khatib, 1994) และจากผลงานการศึกษาของ รติรส จันทรสมา (2543) พบว่า วิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจเลือกห้างสรรพสินค้า ซึ่งสนับสนุนแนวคิดที่เรียกว่า VALS (Value and Lifestyles) ของ Kotler (1999) ที่กล่าวว่า วิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อมและค่านิยมมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน ซึ่งแบบแผนการดำเนินชีวิตจะสะท้อนถึง กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น หรือ AIO ตามแนวคิดของ Engel, Blackwell & Miniard (1995) รวมถึงมีความคล้ายคลึงกับผลงานการวิจัยของ Shrum, McCarty & Lowrey (1995) ที่ศึกษาถึงลักษณะของผู้บริโภคที่ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและกลยุทธ์ในการโฆษณา พบว่า วิถีชีวิต ความเชื่อและทัศนคติของผู้บริโภคมีผลต่อการซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นประเด็นในการศึกษาตัวแปรอิสระเกี่ยวกับวิถีรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทั้งสองปัจจัยนี้จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาดังต่อไปนี้

1) ควรทำการส่งเสริมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กับการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีจิตสำนึกและสร้างความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น โดยผ่านกรอบการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางด้านคุณภาพและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมและต่อสุขภาพของตัวผู้บริโภคเอง ไปพร้อมๆ กับการรณรงค์ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมี

พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น พยายามปลูกฝังให้
ผู้บริโภคมีวิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจาก ลักษณะการดำเนินชีวิตในรูปแบบวิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อม
และการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

2) ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์คนให้ตรงกับ
ความต้องการของผู้บริโภค สร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์
ผลิตภัณฑ์ของคนให้มีภาพลักษณ์ที่ดี รักษาคุณภาพให้เสมอดันเสมอปลาย ราคาไม่สูงเกินไปเมื่อ
เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน หรือผู้ประกอบการอาจมีผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้ทดลองใช้

3) ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ภายในจังหวัดของตนเอง และจังหวัด
ใกล้เคียง ควรมีการให้ข้อมูลกับผู้บริโภคให้มากขึ้นทั้งในด้านประเภทผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ และ
ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนควรมีการโฆษณาในเรื่องของ
สถานที่จัดจำหน่ายหรือมีการโฆษณาประเภทของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมนั้นๆ อย่างชัดเจนเพื่อ
เป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

4) ผู้ประกอบการควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น โดยเฉพาะ
ในต่างจังหวัด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีการแพร่หลายสู่ประชาชนทั่วไป จากการศึกษาทำให้ทราบว่าใน
จังหวัดกำแพงเพชรหาซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างยาก กลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มอาจจะรู้จัก
หรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น ผักปลอดสารพิษ อาหารปลอดสารพิษ ผลิตภัณฑ์ชนิด
เค็มที่ผลิตจากกลุ่มแม่บ้าน ฯลฯ ซึ่งจะมีการจัดจำหน่ายเฉพาะวันศุกร์ของสัปดาห์เท่านั้นที่สหกรณ์
ร้านค้าของโรงพยาบาลประจำจังหวัด ซึ่งเป็นที่รู้จักเฉพาะเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในโรงพยาบาล
เท่านั้น ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อ หรือกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มอาจจะรู้จักหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อ
สิ่งแวดล้อมจากร้าน Green Shop ที่เป็นจังหวัดหัวเมืองใหญ่ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง อาทิ ร้าน Green Shop
ในจังหวัดพิษณุโลก จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น แต่ในจังหวัดตนเองไม่มี

5) ในด้านของตัวผู้บริโภคเอง โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุข
จังหวัดกำแพงเพชรควรให้ความสำคัญในเรื่องการสร้างเสริมให้เจ้าหน้าที่ในสังกัดทุกระดับให้มี
พฤติกรรมการณ์บริโภคที่ดีและมีพฤติกรรมที่ถูกต้องเอื้อต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อเป็น
แบบอย่างที่ดีทั้งต่อเพื่อนร่วมงาน และประชาชนที่มารับบริการในสถานบริการสาธารณสุข อาทิ
เป็นแบบอย่างที่ดีในเรื่องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมาอุปโภคบริโภค หรืออาจมีการตั้ง
นโยบายของหน่วยงานย่อยของคนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการประหยัดพลังงานในหน่วยงาน

เพื่อให้ประชาชนเห็นเป็นแบบอย่าง หรืออาจมีการจัดทำแผนการดำเนินงาน / กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนในวาระ เทศกาลพิเศษต่างๆ เป็นต้น

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

จากการศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกำแพงเพชรนี้ ผู้ศึกษาเห็นว่าในการศึกษาคั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาที่มุ่งสร้างเสริมปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมขยายไปสู่กลุ่มผู้บริโภคอื่นอีกเพื่อเปรียบเทียบ (Health concern) โดยใช้ตัวแปรที่ต่างกันออกไป อาทิ การสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค หรือใช้การเปลี่ยนทัศนคติ ให้เห็นประโยชน์ของผลิตภัณฑ์โดยเน้นความกลัว กังวล ผลกระทบต่อสุขภาพ และวัดความต้องการซื้อหรืออาจทำ Trial program ใช้การเสริมแรง โดยลดราคาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อให้ทดลองใช้

2) หากมีการใช้การโฆษณาเน้นทำให้เกิดความแตกต่างของยี่ห้อ/ตราสินค้า (Brand differential) และศึกษานุคลิกภาพของสินค้า (Brand personality)

3) ควรมีการศึกษาถึงข้อดีข้อเสียรวมถึงอุปสรรคในการอุปโภคบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในแต่ละประเภทอย่างละเอียด เพื่อผู้ประกอบการ หรือภาคเอกชนสามารถใช้ผลที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมถึงผู้บริโภคเองสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ต่อไป

4) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นนี้ในกลุ่มผู้บริโภคอื่นในระดับจังหวัด ซึ่งจะทำให้ผลการศึกษาสามารถสรุปพฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคระดับครัวเรือนได้ครอบคลุมมากขึ้น

5) ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผลิตในภาคเกษตรกรรมของจังหวัด แยกศึกษาตามลักษณะพื้นฐานของกลุ่มผู้บริโภค และควรมีการศึกษาสำรวจประเภท ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผลิตในภาคเกษตรกรรมของจังหวัด เพื่อทราบถึงแนวโน้ม และพฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผลิตในภาคเกษตรกรรมของจังหวัดในรายละเอียดเฉพาะกลุ่มอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในภาคการเกษตรได้ต่อไป