



Received: February 2, 2026

Revised: March 15, 2026

Accepted: March 26, 2026

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน
จากกระดาษของผู้บริโภคในประเทศไทย

Factors Associated with Consumers' Willingness to Pay
for Paper-Based Ready-to-Eat Food Packaging in Thailand

นิตาห์ แผล่หมั่น

ปวิธ ต้นสกุล*

ฮุซเซน นิยมเดชา

วิภาดา สมพงษ์

ธัญมณเฑียร เจริญ

ปรินาภา แก้วกิม

อริสา เสนาดี

จิรนนท์ เป้นสุข

อามีนะ นัวหลี่

นรมน คชสวัสดิ์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: tpavit@gmail.com

Nisa Laeman

Pavit Tansakul*

Hussen Niyomdecha

Wipada Sompong

Thankamon Nueangyao

Prinapa Keawkim

Arisa Sanasee

Jiranan Paenook

Armeenah NewLee

Naramon Khodsawat

School of Management, Walailak University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทานทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษ ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคในประเทศไทย และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent Sample t-test, One-way ANOVA การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.69) มีความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.52) และมีความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.54) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์บางด้านและพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทานมีความแตกต่างของความเต็มใจจ่าย ขณะที่ทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์บางด้านและความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมบางด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดและการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับแนวโน้มการบริโภคอย่างยั่งยืนของผู้บริโภคในอนาคต

คำสำคัญ: ความเต็มใจจ่าย; บรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษ; พฤติกรรมผู้บริโภค; ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม

Abstract

This study employed a quantitative research approach with two main objectives: 1) to examine ready-to-eat food consumption behavior, attitudes toward paper-based ready-to-eat food packaging, environmental awareness, and consumers' willingness to pay in Thailand; and 2) to investigate the factors associated with consumers' willingness to pay for paper-based ready-to-eat food packaging. Data were collected from 400 consumers who had prior experience purchasing or consuming ready-to-eat food using an online questionnaire as the research instrument. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics, including the Independent Sample t-test, One-way ANOVA, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis.

The results indicated that consumers exhibited the highest level of positive attitudes toward paper-based ready-to-eat food packaging (mean = 4.69), the highest level of environmental awareness (mean = 4.52), and a very high level of willingness to pay for paper-based ready-to-eat food packaging (mean = 4.54). The hypothesis testing results revealed that certain demographic characteristics and ready-to-eat food consumption behaviors resulted in differences in consumers' willingness to pay. In addition, certain aspects of attitudes toward paper-based ready-to-eat food packaging and certain aspects of environmental awareness were positively correlated with and had significant effects on consumers' willingness to pay. The findings provide useful insights into the



development of environmentally friendly food packaging and support the formulation of marketing and pricing strategies that align with sustainable consumption trends in the future.

Keywords: Willingness to pay; Paper-based ready-to-eat food packaging; Consumer behavior; Environmental awareness

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีในยุคชีวิตวิถีใหม่หลังโควิด-19 ได้เร่งให้การสั่งอาหารออนไลน์และบริการจัดส่งอาหารเดลิเวอรี่ ส่งผลให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Juntarapadit, 2021) โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว เนื่องจากมีความสะดวกต่อการใช้งาน น้ำหนักเบา และมีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Gajesanand & Ratasuk, 2024) อย่างไรก็ตาม การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกในปริมาณมากก่อให้เกิดปัญหาขยะสะสมและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว รายงานจากกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมระบุว่า ในปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีปริมาณขยะมูลฝอยเกิดขึ้นประมาณ 26.95 ล้านตัน หรือประมาณ 73,840 ตันต่อวัน (Department of Climate Change and Environment, 2023) ปัญหาดังกล่าวทำให้หลายประเทศทั่วโลกเริ่มให้ความสำคัญกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวและส่งเสริมการใช้วัสดุทางเลือกที่สามารถย่อยสลายได้หรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อสนับสนุนแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning, 2023)

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างมากจากทั้งภาครัฐกิจและผู้บริโภค ส่งผลให้ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมกลายเป็นหนึ่งในเกณฑ์สำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า (Kautish, Paço & Thaichon, 2022) แนวโน้มดังกล่าวทำให้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในฐานะทางเลือกที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติก (Oloyede & Lignou, 2021) นอกจากนี้ งานวิจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนยังชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคจำนวนหนึ่งมีแนวโน้มสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว หากรับรู้ว่าเป็นบรรจุภัณฑ์นั้นมีประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม (Plotkina, Rabeson & Bambauer-Sachse, 2025)

ความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay) เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงระดับราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายให้กับผู้ขาย เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Zulfakar, Jie & Chan 2012) จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมพบว่า ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคมักได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ เช่น ทักษะคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ การรับรู้คุณค่าของสินค้า และระดับความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม (Plotkina, Rabeson & Bambauer-Sachse, 2024) นอกจากนี้ งานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคยังชี้ให้เห็นว่าความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีแนวโน้มที่จะจ่ายเงินเพิ่มเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ดังกล่าว (Kozik-Kotodziej, 2026) จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาความตั้งใจซื้อหรือพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในภาพรวม ขณะที่การศึกษาความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษ โดยเฉพาะยังมีจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของผู้บริโภคในประเทศไทยที่มีแนวโน้มบริโภคอาหารพร้อมรับประทานและใช้บริการจัดส่งอาหารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ช่องว่างดังกล่าวจึงสะท้อนถึงความจำเป็นในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว

ดังนั้น งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษของผู้บริโภคในประเทศไทย” จึงมุ่งศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน ทักษะคิดต่อบรรจุภัณฑ์



อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาด และความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยผลการศึกษจะช่วยเพิ่มองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์และการตลาดที่สอดคล้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม ทักษะคติ ความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดของผู้บริโภคในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดของผู้บริโภคในประเทศไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย

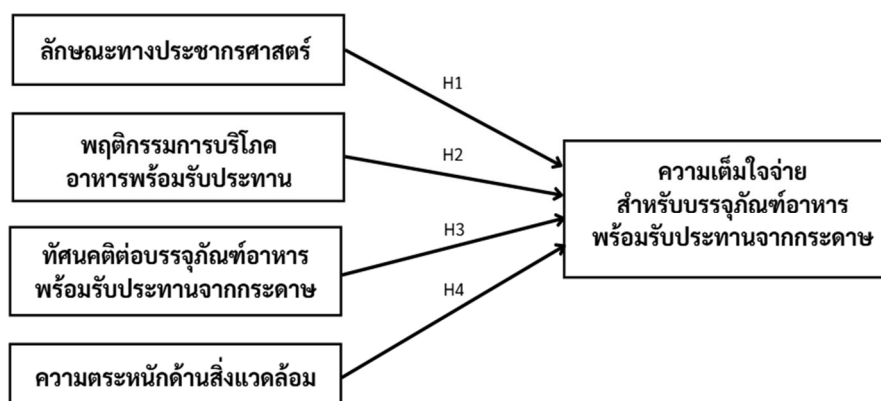
การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนด 1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน ทักษะคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาด และความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาด และมีสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดของผู้บริโภคในประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการซื้ออาหารพร้อมรับประทานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดของผู้บริโภคในประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ทักษะคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดของผู้บริโภคในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 ความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดของผู้บริโภคในประเทศไทย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในประเทศไทยที่เคยมีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวเป็นผู้ที่มีโอกาสใช้บรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานและสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก



ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1963) ซึ่งเหมาะสมสำหรับการคำนวณขนาดตัวอย่างของประชากรที่มีจำนวนมากหรือไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 จากการคำนวณพบว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมไม่น้อยกว่า 385 คน ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความแม่นยำและความครอบคลุมของข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยคัดเลือกเฉพาะผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษ ส่วนที่ 4 ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และส่วนที่ 5 ความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษ โดยข้อคำถามในส่วนที่ 3-5 ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ Likert Scale 5 ระดับซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด 3.41-4.20 หมายถึง ระดับมาก 2.61-3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง 1.81-2.60 หมายถึง ระดับน้อย และ 1.00-1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด (Likert, 1932)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเป็นวิธีการประเมินความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม โดยค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (Hair, Ringle & Sarstedt, 2011) โดยงานวิจัยนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้แสดงถึงความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยในระดับที่น่าเชื่อถือ ทั้งนี้ แบบสอบถามได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เลขที่ WUEC-25-039-01

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ระหว่างวันที่ 27 มกราคม ถึงวันที่ 1 เมษายน 2568 โดยกำหนดคำถามคัดกรองก่อนเข้าสู่แบบสอบถามหลักเกี่ยวกับประสบการณ์การซื้ออาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์โฟมหรือถุงพลาสติก เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน และสามารถประเมินความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารจากกระดาษซึ่งเป็นทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งวิเคราะห์ระดับทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษ ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาษ และ 2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ Independent Sample t-test, One-way ANOVA และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานและศึกษาอิทธิพลระหว่างตัวแปร



สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (69.5%) อายุระหว่าง 20-29 ปี (77.0%) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (62.5%) และมีรายได้ ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (51.0%)

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม ทักษะคิด ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศของผู้บริโภคในประเทศไทย ด้านพฤติกรรมกรบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน พบว่า ส่วนใหญ่ซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านอาหารริมทาง (69.8%) รองลงมาคือการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ (19.0%) และห้างสรรพสินค้า (7.5%) ด้านความถี่ในการซื้อ พบว่าส่วนใหญ่ซื้ออาหารพร้อมรับประทาน 1-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ (73.5%) รองลงมาคือ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์ (18.5%) และมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ (8.0%) ด้านประเภทอาหารที่ซื้อเป็นประจำ พบว่าส่วนใหญ่เป็นอาหารจานเดียว (58.5%) รองลงมาคือ เบเกอรี่ (24.8%) อาหารเพื่อสุขภาพ (7.8%) และอาหารแช่แข็ง (6.8%) ขณะที่ประเภทบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานที่ใช้หรือพบเห็นบ่อย ที่สุด ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์กระดาศ (63.2%) รองลงมาคือกล่องโฟม (16.8%) และบรรจุภัณฑ์พลาสติก (15.5%)

ด้านทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.69) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ภาครัฐควรมีมาตรการส่งเสริมให้ผู้ผลิตใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ (4.76) รองลงมาคือร้านค้าควรให้ความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้แก่ประชาชน (4.75) และการซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้สามารถช่วยลดปัญหาขยะได้ (4.72)

ด้านความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.52) ส่วนใหญ่เชื่อว่าการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นความรับผิดชอบของทุกคน (4.63) และสนับสนุนกิจกรรมหรือมาตรการด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (4.63) ขณะที่ความคิดเห็นของครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรักษาสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.31)

ด้านความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.54) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับอาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก (4.61) รองลงมาคือยินดีจ่ายเงินเพิ่มหากบรรจุภัณฑ์สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (4.57) ยินดีเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศแม้ว่าจะมีราคาสูงกว่า (4.46)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศของผู้บริโภคในประเทศไทย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน จากกระดาศ	ลักษณะทางประชากรศาสตร์			
	เพศ	อายุ	รายได้	ระดับการศึกษา
1. ฉันยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มสำหรับอาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก	0.521	0.048*	0.043*	0.039*
2. ฉันยินดีที่จะเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศ แม้ว่าจะมีราคาสูงกว่า	0.083	0.946	0.033*	0.096
3. ฉันยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่ม หากบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศสามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	0.060	0.045*	0.547	0.107

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศของผู้บริโภคในประเทศไทยแตกต่างกัน

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ One-Way ANOVA พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีระดับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ในทุกข้อ ขณะที่อายุที่แตกต่างกัน มีระดับความเต็มใจจ่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในข้อฉันทินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มสำหรับอาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก (Sig = 0.048) และข้อฉันทินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่ม หากบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศสามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Sig = 0.045) ส่วนรายได้ที่แตกต่างกัน พบว่า มีระดับความเต็มใจจ่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในข้อฉันทินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่ม สำหรับอาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก (Sig = 0.043) และข้อฉันทินดีที่จะเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศ แม้ว่าจะมีราคาสูงกว่า (Sig = 0.033) ในขณะที่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า มีระดับความเต็มใจจ่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในข้อฉันทินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่ม หากบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศสามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Sig = 0.039) แต่ไม่พบความแตกต่างในข้ออื่น ($p > 0.05$) ดังนั้น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อายุ รายได้ และระดับการศึกษา มีความแตกต่างของความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศในบางประเด็น ขณะที่ เพศ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน

ความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ	พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน			
	สถานที่ซื้อ	ความถี่ในการซื้อ	ประเภทอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์
1. ฉันทินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มสำหรับอาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก	0.038*	0.810	0.075	0.155
2. ฉันทินดีที่จะเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศ แม้ว่าจะมีราคาสูงกว่า	0.001*	0.459	0.593	0.060
3. ฉันทินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่ม หากบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศสามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	0.070	0.338	0.122	0.175

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการซื้ออาหารพร้อมรับประทานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศของผู้บริโภคในประเทศไทยแตกต่างกัน

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ One-Way ANOVA พบว่า พฤติกรรมการบริโภค ด้านสถานที่ซื้อ ที่แตกต่างกัน มีระดับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในข้อฉันทินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มสำหรับอาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก (Sig = 0.038) และข้อฉันทินดีที่จะเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานที่ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาศ แม้ว่าจะมีราคาสูงกว่า (Sig = 0.001) ขณะที่พฤติกรรมการบริโภคด้าน ความถี่ในการซื้อ ประเภทอาหาร และประเภทบรรจุภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน พบว่า มีระดับ



ความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ดังนั้น พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน ด้านสถานที่ซื้อที่มีความแตกต่างของความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ ขณะที่ ความถี่ในการซื้อ ประเภทอาหาร และประเภทบรรจุภัณฑ์ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ทศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศของผู้บริโภคในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ระหว่างตัวแปรต้นที่ศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ (ATT) กับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ พบว่า ตัวแปรต้น ที่ศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ (ATT) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน อยู่ระหว่าง 0.390-0.550 ซึ่งที่ศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ (ATT) ทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ Hair, Black, Babin & Anderson (2006) กล่าวว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าไม่เกิน 0.80 ถือว่า ตัวแปรทุกตัวเป็นอิสระจากกัน และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาที่ศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ (ATT) ที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ

Model	B	Beta	t	Sig.
α	3.262		4.270	<.001*
ATT1	.485	.174	3.417	<.001*
ATT2	.779	.320	6.539	<.001*
ATT3	.087	.029	.573	.567
ATT4	.309	.106	2.002	.046*
ATT5	.336	.108	2.075	.039*
ATT6	.237	.069	1.329	.185

R = 0.618, R Square = 0.382, Adjusted = 0.373, Std. Error of the Estimate 1.345, Sig = <.001**

ตัวแปรตาม: ความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาที่ศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ (ATT) ที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ พบว่า ตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษา ได้แก่ ATT1 การเลือกซื้อสินค้าชนิดเดียวกันหากใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ ATT2 การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ ATT3 การรับรู้ว่าการซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ช่วยลดปัญหาขยะ ATT4 การรับรู้ปัญหาขยะที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ ATT5 บทบาทของภาครัฐในการให้ความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ และ ATT6 มาตรการของภาครัฐในการสนับสนุนให้ผู้ผลิตใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาที่ศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ (ATT) ที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ พบว่า โมเดลการวิเคราะห์หมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.618 และมีค่า R Square เท่ากับ 0.382 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายความแปรปรวนของความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศได้ร้อยละ

38.2 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.373 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (Std. Error of the Estimate) เท่ากับ 1.345 และโมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (Sig < .001) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ทศนคติดต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ATT1, ATT2, ATT4 และ ATT5 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ATT2 ($\beta = 0.320$, Sig < .001) รองลงมาคือ ATT1 ($\beta = 0.174$, Sig < .001) ATT5 ($\beta = 0.108$, Sig = .039) และ ATT4 ($\beta = 0.106$, Sig = .046) ตามลำดับ ขณะที่ ATT3 ($\beta = 0.029$, Sig = .567) และ ATT6 ($\beta = 0.069$, Sig = .185) ไม่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานที่ 4 ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศของผู้บริโภคในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ระหว่างตัวแปรต้นความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม (AWA) กับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ พบว่า ตัวแปรต้น ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม (AWA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน อยู่ระหว่าง 0.566-0.718 ซึ่งความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม (AWA) ทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ Hair, Black, Babin & Anderson (2006) กล่าวว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าไม่เกิน 0.80 ถือว่า ตัวแปรทุกตัวเป็นอิสระจากกัน และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม (AWA) ที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ

Model	B	Beta	t	Sig.
α	5.327		7.817	<.001*
AWA1	.137	.200	3.311	.001*
AWA2	.048	.044	.729	.467
AWA3	.259	.431	8.575	<.001*

R = 0.597, R Square = 0.356, Adjusted = 0.351, Std. Error of the Estimate 1.368, Sig = <.001**

ตัวแปรตาม: ความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม (AWA) ที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศ พบว่า โมเดลการวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.597 และมีค่า R Square เท่ากับ 0.356 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระ ได้แก่ AWA1 AWA2 และ AWA3 สามารถอธิบายความแปรปรวนของความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศได้ร้อยละ 35.6 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.351 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (Std. Error of the Estimate) เท่ากับ 1.368 และโมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (Sig < .001) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ AWA3 และ AWA1 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ AWA3 ($\beta = 0.431$, Sig < .001) รองลงมาคือ AWA1 ($\beta = 0.200$, Sig = .001) ขณะที่ AWA2 ($\beta = 0.044$, Sig = .467) ไม่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



การอภิปรายผล

พฤติกรรม ทักษะ ทักษะ ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดและความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสูง และมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มสำหรับบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าทางสิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Herrmann, Rhein & Sträter (2022) ที่พบว่า ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่พวกเขามองว่ามีความยั่งยืน และไม่เต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่พวกเขามองว่าไม่ยั่งยืนหรือไม่แน่ใจ ในส่วนของ ทักษะต่อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Asawaruangpipop, Chuaichat, Rueangchay, Silatorn, Aimlapha, Kongnan & Sriworasarn (2025) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติอยู่ในระดับดีมากต่อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในแง่ของความสำคัญในการลดปริมาณขยะที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Kaewdee, Chomthong, Aem-ot & Limpitprakarn (2022) ที่พบว่าทัศนคติและการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการและผู้บริโภค โดยผู้บริโภคที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อบรรจุภัณฑ์สีเขียวมีแนวโน้มเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมากขึ้น

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์บางด้าน ได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา มีความแตกต่างของความเต็มใจจ่ายในบางประเด็น ขณะที่เพศไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Unaprom (2023) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมรับประทานด้านสถานที่ซื้อที่มีความแตกต่างของความเต็มใจจ่าย ขณะที่ความถี่ในการซื้อ ประเภทอาหาร และประเภทบรรจุภัณฑ์ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของปัจจัยด้านทัศนคติและความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการถดถอยพหุคูณพบว่าทั้งสองปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sripysalcharoen (2023) ที่พบว่า ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและความใส่ใจสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อทัศนคติการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงทัศนคติการซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Unaphrom (2023) ที่พบว่าผู้บริโภคที่มีระดับความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมสูงมีแนวโน้มยอมรับราคาที่สูงขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาของ Prakash & Pathak (2017) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านค่านิยมและความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากกระดาดผ่านมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการและการรณรงค์สร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติและความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้ประกอบการร้านอาหารและแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์กระดาดพร้อมสื่อสารข้อมูลด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมให้ชัดเจน เนื่องจากผู้บริโภคมีแนวโน้มมองว่าการจ่ายเงินเพิ่มเป็น "ต้นทุนที่ยอมรับได้"



หากรับรู้ว่าการบรรจุภัณฑ์นั้นช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจริง นอกจากนี้ควรพิจารณาความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ ระดับการศึกษา) และพฤติกรรมสถานที่ซื้อ ในการปรับกลยุทธ์การตั้งราคาและการตลาดให้เหมาะสม เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อระดับความเต็มใจจ่ายที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

ควรศึกษาและเปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมประเภทอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น พลาสติกชีวภาพ หรือวัสดุธรรมชาติอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมบริบทของบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนมากขึ้น อีกทั้งควรนำระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกมาใช้ร่วมด้วย เพื่อเจาะลึกถึงกลไกทางจิตวิทยา ข้อจำกัดด้านกำลังซื้อ รวมถึงอิทธิพลของบรรทัดฐานทางสังคมและค่านิยมส่วนบุคคลที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับราคาที่สูงขึ้นอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

References

- Asawaruangpipop, P., Chuaichat, K., Rueangchay, K., Silatorn, J., Aimlapha, C., Kongnan, N., & Sriworasarn, A. (2025). The value of consumers' willingness to pay for beeswax food wraps among the population in Bangkok. *Sripatum Chonburi Interdisciplinary Journal*, 11(1), 136-149. (in Thai)
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling techniques* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Department of Climate Change and Environment. (2023). *Municipal solid waste situation in Thailand*. Retrieved 2023, January 2, from <https://www.dcce.go.th/3686/> (in Thai)
- Gajesanand, S., & Ratasuk, A. (2024). Packaging for food delivery factors affecting consumers' repurchased intention in Bangkok. *Panyapiwat Journal*, 16(2), 86-104. (in Thai)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Herrmann, C., Rhein, S., & Sträter, K. (2022). Consumers' willingness to pay for sustainable food packaging. *Resources, Conservation and Recycling*, 181, 106219.
- Juntarapadit, N. (2021). *Willingness to pay for soft drinks in paper bottles by Bangkok Metropolitan Area consumers*. (Master of Business Administration's Independent Study). Thammasat University, Faculty of Commerce and Accountancy, Business Administration. (in Thai)
- Kautish, P., Paço, A., & Thaichon, P. (2022). Sustainable consumption and plastic packaging: Relationships among product involvement, perceived marketplace influence and choice behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 103032.
- Kaewdee, N., Chomthong, E., Aem-ot, K., & Limpitprakarn, P. (2022). Factors related to environmentally friendly packaging usage behavior among vendors in Charoensri Market, Warin Chamrap District, Ubon Ratchathani Province. *Journal of Humanities and Social Sciences, Udon Thani Rajabhat University*, 11(2), 65-82. (in Thai)
- Kozik-Kołodziej, N. (2026). Consumer attitudes and perceptions toward sustainable packaging: A systematic literature review. *Sustainability*, 18(3), 1235. <https://doi.org/10.3390/su18031235>
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1-55.



- Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning. (2023). *Plastic waste*. Retrieved 2023, January 15, from <https://www.onep.go.th/> (in Thai)
- Oloyede, O. O., & Lignou, S. (2021). Sustainable paper-based packaging: A consumer's perspective. *Foods*, 10(5), 1035. <https://doi.org/10.3390/foods10051035>
- Plotkina, D., Rabeson, L., & Bambauer-Sachse, S. (2025). The role of green brand image in explaining European consumers' reactions to different types of sustainable packaging. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 84, 104228. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104228>
- Prakash, G., & Pathak, P. (2017). Intention to buy eco-friendly packaged products among young consumers of India. *Journal of Cleaner Production*, 141, 385–393. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.09.116>
- Sripysalcharoen, N. (2023). *Environmental health and awareness (EHA) to green purchase intention from environmentally friendly companies based on the SOR model: Moderating role of price sensitivity* (Master of Business Administration's Independent Study). Thammasat University, Faculty of Commerce and Accountancy, Business Administration. (in Thai)
- Unaprom, N. (2023). Consumer behavior toward environmentally friendly products in Thailand. *Phayao University Journal*, 32(2), 32-49. (in Thai)
- Zulfakar, M. H., Jie, F., & Chan, C. (2012). Halal food supply chain integrity: From a literature review to a conceptual framework. In *Proceedings of the 10th ANZAM Operations, Supply Chain and Services Management Symposium*. (pp. 1-18). Australia: ANZAM

ผู้เขียน

นางสาวนิสาห์ แผล่หมั่น

นักศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์
สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160
E-mail: nisalaeman@gmail.com

อาจารย์ปวิธ ต้นสกุล

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160
E-mail: tpavit@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุษะเซ็น นิยมเดชา

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160
E-mail: nhussen@wu.ac.th

อาจารย์วิภาดา สมพงษ์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160
E-mail: wipada.so@wu.ac.th



อาจารย์ธัญมณเฑียร

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

E-mail: thankamon.nu@wu.ac.th

นางสาวปรีณภา แก้วกิม

นักศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

E-mail: prinapha2004@gmail.com

นางสาวอริสา เสนาสี

นักศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

E-mail: arisa10.4710@gmail.com

นางสาวจิรนนท์ แป้นสุข

นักศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

E-mail: jiranan.paensook@gmail.com

นางสาวอามี๊ะ นีวาลี

นักศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

E-mail: meenalok1780@gmail.com

นางสาวนรมน คชสวัสดิ์

นักศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เลขที่ 222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

E-mail: fuh8656@gmail.com

