

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ในกลุ่มเงินเดือนมากกว่าและน้อยกว่า 30,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่วิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วยพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 224 คน ได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร ทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1973 อ้างใน ชีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีจับฉลากให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่ต้องการ

ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1. ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3. ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 4. พฤติกรรมการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่บริโภคในชีวิตประจำวัน

ชีวิตประจำวัน

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามดังกล่าวขึ้น โดยอาศัยคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W's และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7O's กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งได้ควบคุมความถูกต้องในการใช้ภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่มาดำเนินการตรวจเช็คความสมบูรณ์ความถูกต้องของข้อมูลพร้อมจัดทำรหัสข้อมูลตามแบบสอบถาม แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้นำมาทำบันทึกและ

วิเคราะห์คำนวณค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ค่าสถิติความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และค่าสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายปัจจัยทางความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และปัจจัยการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยพบว่ามีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป และส่วนมากมีสถานภาพสมรสแล้ว เกี่ยวกับระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่มากกว่า 30,000 บาท และด้านตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งงานของพนักงานพัฒนารธุรกิจ

5.1.2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้วยเหตุผลที่ว่าเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมมีการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อโทรทัศน์ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเมื่อมีโปรโมชั่นพิเศษออกมาเป็นปัจจัยในการเลือกซื้อ มีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้วยตัวเองโดยมีความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่ที่นานกว่าเดือนละครั้ง มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาเกต และส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลโดยแน่นอนว่ามี การเริ่มต้นใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไปนานเท่าใด

5.1.3 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่บ้าง สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ หากมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างอาจจะมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับที่สูงขึ้น

5.1.4 การรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ที่บริโภคในชีวิตประจำวันโดยการเปรียบเทียบความคิดเห็นจากระดับเงินเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์พบว่าระดับเงินเดือนไม่ใช่ตัวแปรสำคัญในการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง เพราะค่าร้อยละจากกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เงินเดือนมากกว่า 30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินเดือนน้อยกว่า 30,000 บาทนั้น มีค่าไปในทางทิศเดียวกัน มีการปฏิบัติตนมากที่สุดผ่านกิจกรรมที่ 8 การให้ความร่วมมือกับโครงการที่เกี่ยวกับการณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการประหยัดไฟในหน่วยงานเช่นเดียวกัน และมีการปฏิบัติตนน้อยที่สุดจากกิจกรรมที่ 2 การซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในราคาที่แพงขึ้นเพื่อช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อม เช่นเดียวกัน ซึ่งในกลุ่มตัวอย่างเงินเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติในทุกกิจกรรมเป็นร้อยละ 83.14 การไม่ปฏิบัติจากกิจกรรมร้อยละ 16.86 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็น 17.50 และในกลุ่มตัวอย่างเงินเดือนน้อยกว่า 30,000 บาทมีค่าเฉลี่ยในการปฏิบัติในทุกกิจกรรมร้อยละ 82.12 การไม่ปฏิบัติจากกิจกรรมร้อยละ 17.88 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็น 16.92

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อม อาจเป็นเพราะจากสาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่สำคัญสาเหตุหนึ่ง คือ พฤติกรรมการบริโภคส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ ในการผลิตอย่างไม่คุ้มค่า อีกทั้งยังมีของเหลือภายหลังการอุปโภคบริโภคมากมายที่ก่อให้เกิดปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคที่มีการรับรู้และเข้าใจสภาพการณ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนที่ตนอาศัยอยู่นั้นกำลังประสบปัญหาเสื่อมโทรมและเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ก็จะเกิดความสนใจที่จะเอาใจใส่ รับผิดชอบและแสดงความรักห่วงหาพันต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชนของตน ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม จากผลการวิจัยพบว่าพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีการรับทราบปัญหาสิ่งแวดล้อมและมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคให้เอื้อต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับหนึ่ง แต่ยังมีประชาชนอีกส่วนหนึ่งที่ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป เพื่อจะช่วยให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น หากการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรักษาสีสิ่งแวดล้อม หรือแม้กระทั่ง

การตลาดที่ช่วยส่งเสริมใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมีในทิศทางที่สูงขึ้นอาจจะทำให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและหันมาใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับที่สูงขึ้น เพราะจากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อโทรทัศน์ และมีการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในจำนวนที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีปัจจัยทางการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่นพิเศษให้กับสินค้า และมีการวางขายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์มาร์เกตเพื่อความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นนท์ บุญยฤทธานนท์ ที่กล่าวว่า ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ ประเภทของข้อมูลข่าวสารที่ต้องการได้รับ คือ คำอธิบายว่าผลิตภัณฑ์นั้นส่งผลดีและช่วยรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างไร ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจอยากมีส่วนช่วยในการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและปัญหาสภาพสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน

5.2.2 การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์

การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านการปฏิบัติในชีวิตประจำวันของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูงและพบว่าระดับเงินเดือนไม่ใช่ตัวแปรสำคัญในการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง เพราะค่าร้อยละจากกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เงินเดือนมากกว่า 30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินเดือนน้อยกว่า 30,000 บาทนั้นมีค่าไปในทางทิศเดียวกันแสดงให้เห็นว่าพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่มีความรู้สึกประทับใจในการรักษาสภาพแวดล้อม และต้องการที่จะแสดงพฤติกรรมที่เป็นการช่วยเหลือและพัฒนาสภาพสิ่งแวดล้อมที่อาศัยอยู่ให้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ มรกต ศรีงาม ที่กล่าวว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เพราะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “วิถีรักษ์สิ่งแวดล้อม” การมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคในรูปแบบต่างๆ กัน ตัวอย่างเช่น ในกิจกรรมซื้อคำถามการนำภาชนะ ถู หรือหีบห่อที่ใช้แล้วมาใช้ซ้ำเพื่อลดปริมาณขยะในสำนักงาน การช่วยลดการใช้เครื่องปรับอากาศในสำนักงาน และมีการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต การอุปโภค บริโภค และการกำจัดทิ้ง ตัวอย่างเช่น ในกิจกรรมซื้อคำถาม การไม่ซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมการบอกเพื่อนร่วมงานไม่ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งผลการวิจัยพบว่าการปฏิบัติอยู่ในระดับสูง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัย

ความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม การมีจิตสำนึกต่อการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค (เกรียวัลย์ พงษ์ประเสริฐชัย และคณะ, 2539; ครุพันธุ์ แสนศิริ, 2537; ประสาน ตั้งสิกบุตร, 2527)

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยขอเสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ควรทำการส่งเสริมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กับการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีจิตสำนึกและสร้างความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นโดยผ่านกรอบการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางด้านคุณภาพและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมและต่อสุขภาพของตัวผู้บริโภคเอง ไปพร้อมๆ กับการรณรงค์ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น พยายามปลูกฝังให้ผู้บริโภคมีวิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจาก ลักษณะการดำเนินชีวิตในรูปแบบวิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

2. ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น รักษาคุณภาพให้เสมอด้านเสมอปลาย

3. ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ควรมีการให้ข้อมูลกับผู้บริโภคให้มากขึ้นในด้านประเภทผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนมีการโฆษณาในเรื่องของสถานที่จัดจำหน่ายหรือมีการโฆษณาประเภทผลิตภัณฑ์สิ่งแวดล้อมนั้นๆ อย่างชัดเจนเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาตัดสินใจ

4. ควรหามาตรการปรับราคาของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมให้ถูกลง หรือปรับราคาของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมให้เท่ากับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นเนื่องจากผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมบางประเภทมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้

5. ควรนำจุดเด่นของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมาทำการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้นเพราะเป็นจุดเด่นที่ได้เปรียบสินค้าคู่แข่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจุดเด่นด้านคุณภาพด้านความสะอาดปราศจากสารพิษ โดยจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดขาย และย้ำเตือนความทรงจำของผู้บริโภค

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มเดียวกันนี้ อีก แต่ใช้ตัวแปรในการศึกษาที่ต่างออกไป เพื่อศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรอีกบ้างที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของประชาชน

2. ควรทำวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมประเภทต่างๆ โดยทำการศึกษาข้อดี ข้อเสียของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทอย่างละเอียด เพื่อใช้ผลที่ได้มาประกอบการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรม ควรใช้การสัมภาษณ์ประกอบการสังเกตเพิ่มเติมด้วย และควรมีการศึกษาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาให้มีความชัดเจนและครอบคลุมมากที่สุด

4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นนี้ในระดับจังหวัด หรือภูมิภาค ซึ่งจะทำให้ผลการศึกษาสามารถสรุปพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคให้ครอบคลุมมากขึ้น

5. ควรมีการศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติมมากขึ้นกว่าทำการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อให้เห็นภาพของพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น