



หน้าแรก เกี่ยวกับ TCI » ฐานข้อมูล TCI » ค่า TJIF การประเมิน/อันดับ » งานวิจัยของ TCI » เกณฑ์คุณภาพวารสาร » ประกาศสนับสนุน FAQ

ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI

โปรดระบุหมายเลข ISSN หรือชื่อของวารสารที่ต้องการทราบผลประเมิน :

| ลำดับ | ชื่อวารสาร | ISSN | เจ้าของ | จัดอยู่ในวารสาร กลุ่มที่ | สาขา |
|-------|--|-----------|--|-----------------------------|-------------------------------|
| 1 | Veridian E-Journal, Silpakorn University | 1906-3431 | บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร | 1 | มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ |

[Back to top](#)

Copyright 2005, Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre. All rights reserved.

Contact: tcithai@gmail.com

**แรงจูงใจในการลดแก้วน้ำพลาสติกด้วยแนวคิดแก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม
กรณีศึกษา นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร**

Motivation to Reduce Plastic Glass with the Concept of Personal Glass Exchange Drinks Discounts A Case Study of Faculty of Management Science, Silpakorn University

| | | |
|-----------|--------|----------|
| Received: | April | 14, 2019 |
| Revised: | August | 20, 2019 |
| Accepted: | August | 26, 2019 |

สรารยา ธรรมอภิพ (Sawanya Thamma-apipon)*

จันทร์ฉาย ทองรอด (Janchai Thongrord)**

นรมน สารผล (Naramon Sarapon)**

บทคัดย่อ

การศึกษารังนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักศึกษาในการลดแก้วน้ำพลาสติกด้วยแนวคิดแก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม และศึกษาปัญหาและอุปสรรคของนักศึกษาในการใช้แก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรชั้นปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2561 จำนวน 253 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอในรูปแบบตารางและการพรรਸนนาความ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.96 ศึกษาในสาขาวิชาการตลาด ร้อยละ 22.13 มีรายได้เฉลี่ย 5,001-6,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 30.43 เดยรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ร้อยละ 58.89 ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม/อบรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ร้อยละ 66.01 ไม่เคยนำแก้วส่วนตัวมาแลกส่วนลดเครื่องดื่ม 2 บาทตามนโยบายวิทยาเขตฯ ร้อยละ 60.08 เพราะเห็นว่าไม่สอดคล้องในการพกพา ร้อยละ 41.12 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เคยนำแก้วส่วนตัวมาแลกส่วนลดเครื่องดื่ม 2 บาท มีเพียงร้อยละ 39.92 โดยให้เหตุผลว่าต้องการช่วยลดขยะพลาสติก ร้อยละ 20.95 และมีความเห็นว่าราคาส่วนลดเครื่องดื่ม 2 บาท มีความเหมาะสมดี ร้อยละ 68.77 พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มส่วนใหญ่น้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 44.27 เมื่อศึกษาแรงจูงใจการนำแก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่มพบว่า แรงจูงใจด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 รองลงมาคือแรงจูงใจด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคจะเห็นได้ว่านักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าการนำแก้วน้ำส่วนตัวมาใช้ ไม่สะดวกใน

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Assistant Professor Dr., Faculty of Management Science Silpakorn University., E-mail: sawanya@ms.su.ac.th

** นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student, Faculty of Management Science, Slipakorn University., E-mail: Thongrordjanchai@gmail.com,
mnaramon@gmail.com

การพอกพา และกลุ่มเพื่อนก็ไม่ใช่ จึงชี้เครื่องดื่มบรรจุแก้วพลาสติกที่ใช้แล้วทิ้ง อีกทั้งเห็นว่าส่วนลด 2 บาท แม้ว่าจะเหมาะสมดีแต่ก็ไม่สร้างแรงจูงใจเท่าที่ควร แต่หากเพิ่มส่วนลด ก็อาจจะนำแก้วน้ำส่วนตัวมาใช้ช้อป เครื่องดื่ม

คำสำคัญ: แรงจูงใจ / การลดแก้วพลาสติก / แก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม

Abstract

The purposes of this survey research were to study undergraduates' motivation to reduce plastic glass with the concept of personal glass exchange drinks as well as problems and obstacles occurred from conducting this study via data collection with questionnaires distributed among 253 senior undergraduates of Faculty of Management Science, Silpakorn University, Class of 2018. Data was analyzed by using statistical methods of Percentage, Mean and Standard Deviation and outcomes presented in the form of Table and descriptive explanation.

The findings from studying demographic data of questionnaire respondents reveal that majority or 69.96% were females, and 22.13% majored Marketing , having 30.43% earned average income of 5,001-6,000 baht/month, whereas 58.89% used to receive new on environmental conservation, but 66.01% never participated in the project/activities/training on environmental conservation. There were 60.8% of respondents who had never brought personal glass exchange drinks two bahts as promoted by the campus policy and 41.12% thought of inconvenience to carry along. And only 39.92% of respondents used personal glass for discount , having 20.95% stated reason for the need to reduce plastic waste, whereas 68.77% agreed with price reduction 2 baht and majorities of respondents or 44.27% had the habit of buying drinks less than 3 days per week.

The findings suggest environmental motivation ranked the highest, with the Mean of 4.34 followed by social and economic levels ranked high, having the Mean 4.12 and 3.83, respectively. Moreover, majorities of undergraduates agreed with inconvenience when brought along the personal glass for useand none of their friends used them. It is more convenience to buy the drinks in disposal plastic cup. In addition, most undergraduates commented that the discount 2 baht even reasonable, it is not sufficient to appeal to buyers. Therefore, with increasing amount of discount, they may bring along personal cup when buying drinks.

Keywords: Motivation / Reduce Plastic Glass / Personal Glass Exchange drinks

บทนำ

พลาสติกถูกนำมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ในผลิตภัณฑ์ต่างๆในการดำรงชีวิตมากมาย อาทิ เช่น บรรจุภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ครีมอาบน้ำ ส่วนประกอบเครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น จากข้อมูลของกรมควบคุมมลพิษ ในปี 2560 พบริมาณขยะพลาสติกเกิดขึ้นประมาณ 2 ล้านตัน หรือประมาณ 12% ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมด การดำเนินการจัดการขยะพลาสติกของประเทศไทยที่ผ่านมาบกประสบปัญหาการปนเปื้อนจากขยะอินทรีย์ทำให้เกิดความสกปรกเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการทำความสะอาดก่อนเข้าสู่การรีไซเคิล ปัญหาการทิ้งขยะพลาสติกลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติทำให้สัตว์น้ำได้รับผลกระทบ ปัญหาการกำจัดอย่างไม่ถูกวิธีโดยการเผากลางแจ้งทำให้เกิดการแพร่กระจายของสารพิษสูงแวดล้อม เป็นต้น

จากปัญหาขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นในประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดเรื่องการจัดการขยะเป็นวาระแห่งชาติและร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศไทย (พ.ศ. 2559– 2564) ซึ่งคณะกรรมการมีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2559 โดยเน้นยุทธศาสตร์การดำเนินงานใช้น้อย ใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reduce Reuse Recycle: 3R) ซึ่งมุ่งเน้นในเรื่องการสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับประชาชนในทุกระดับ การป้องกันและลดมลพิษ แหล่งกำเนิด การปรับฐานการผลิตและการบริโภคให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการกระตุนบทบาทภาคเอกชนให้ดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสัมารักษ์ เพื่อเปิดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีใน 2 คณะวิชา คือ คณะวิทยาการจัดการ และคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร โดยนักศึกษามีการใช้ทรัพยากรต่างๆร่วมกัน เช่น อาคารเรียน โรงพัฒศึกษา หอพัก โรงอาหาร เป็นต้น และมีการกำหนดนโยบายเพื่อใช้ร่วมกันภายใต้วิทยาเขต ทั้งนโยบายด้านความปลอดภัย นโยบายด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญคือ “นโยบาย BE SMART BE GREEN” โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเป็นวิทยาเขตสีเขียวและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กำหนดให้ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มด้วยการใช้ถุงหัวพลาสติก การจำหน่ายแก้วน้ำพกพา การส่งเสริมให้นักศึกษาและบุคลากรใช้เป็นแก้วน้ำดีมีส่วนตัวแทนแก้วเครื่องดื่มพลาสติก เป็นต้น และหนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญคือ กิจกรรมการใช้แก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม

วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการใช้แก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม

- เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการใช้แก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ คือ สิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคลเป็นแรงขับ เป็นพลังของแต่ละคนที่ทำให้กระทำการโดยอ้างหนึ่งจันสำเร็จโดยมีกระบวนการเกิดจากการที่มนุษย์ทุกคนมีความคาดหวังความต้องการ (Needs) และเป้าหมายในชีวิต ทำให้เกิดแรงขับ(Drive) เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย (Goals) เพราะฉะนั้นแรงจูงใจจึงมีอิทธิพลในการกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกแบบทางทิศทางได้ทิศทางหนึ่งและรักษาพฤติกรรมนั้นไว้เพื่อให้ตนเอง นั้นได้สิ่งที่คาดหวังหรือต้องการ (สุชาดา สุขบำรุงศิลป์ 2553)

ประเภทของแรงจูงใจ

วิคินีย์ มาเยอร์ (อ้างใน ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, 2537) กล่าวว่า ประเภทของแรงจูงใจสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจทางร่างกาย (Physiological Motive) เป็นแรงจูงใจที่มีคิดตัวมาแต่เกิด มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งเกิดจากความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ เป็นตน

2) แรงจูงใจทางสังคม (Social Motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นหลังจากการเรียนรู้ใน สังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความอบอุ่น การเป็นที่ยอมรับในสังคม เป็นต้น

ทฤษฎีแรงจูงใจ

สเตียร์ และพอสต์อร์ (1991, อ้างอิงใน กานดา จันทร์เย้ม, 2538) ได้กล่าวถึงทฤษฎีแรงจูงใจว่าเป็นสิ่งที่มีพลังขึ้นมาให้เกิดพฤติกรรมต่างๆและการคงไว้ของพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจจากความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่าแรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

- (1) เป็นกลไกที่ไปกระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ
- (2) เป็นแรงบังคับให้กับพลังของ ร่างกายที่จะกระทำการโดยอ้างมีทิศทาง

สรุปได้ว่าแรงจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้า โดยจะใช้ให้กระทำหรือด้านรูปเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างซึ่งจะเห็นได้พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่มีใช้เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมชาติ แต่ต้องเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น มีทิศทางมีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใดและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นที่เรียกว่า แรงจูงใจ ด้วย

2. แผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศไทย (พ.ศ.2559-2564)

จากข้อมูลของกรมควบคุมมลพิษ (2560 ข) ได้รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยภาพรวมของประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ.2551-2560 พบร่วม มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 มีปริมาณขยะมูลฝอยเกิดมากขึ้นถึง 27.40 ล้านตัน/ปี โดยมีอัตราการผลิตขยะเฉลี่ยอยู่ที่ 1.13 กิโลกรัม/คน ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 ปริมาณและอัตราการเกิดขยะมูลฝอยเฉลี่ยของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2551-2560

| ปี | ปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น (ล้านตัน/ปี) | อัตราการเกิดขยะมูลฝอยเฉลี่ย (กิโลกรัม/คน/วัน) |
|------|--|--|
| 2551 | 15.03 | 1.03 |
| 2552 | 15.11 | 1.04 |
| 2553 | 15.16 | 1.04 |
| 2554 | 15.98 | 1.08 |
| 2555 | 24.73 | 1.05 |
| 2556 | 26.77 | 1.15 |
| 2557 | 26.19 | 1.11 |
| 2558 | 26.85 | 1.13 |
| 2559 | 27.06 | 1.14 |
| 2560 | 27.40 | 1.13 |

ที่มา: ประยุกต์จากการบัญชี (2560 ข) และ กรมควบคุมมลพิษ (2561)

3. นโยบายลดการใช้กระดาษและพลาสติก ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบูรี

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบูรี ได้เริ่มนโยบายลดการใช้กระดาษและพลาสติก ตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม 2560 โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาวิทยาเขตสีเขียวและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การรณรงค์ให้นักศึกษาใช้รถรางโดยสารสาธารณะแทนการใช้รถยนต์ส่วนตัว การส่งเสริมการคัดแยกขยะที่ห่อพักและอาคารเรียน การลดใช้พลาสติก การส่งเสริมให้ลดการใช้โฟมและแก้วน้ำ พลาสติก

สำหรับนโยบายลดการใช้กระดาษและพลาสติกในมหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นหนึ่งในนโยบาย BE SMART BE GREEN โดยมีหลักการหลักในการลดการใช้กระดาษ ซึ่งเป็นวัสดุสิ้นเปลืองและลดการใช้พลาสติก ซึ่งเป็นวัสดุที่ยากต่อการทำลายและก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ภายในวิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบูรี โดย กิจกรรมต่างๆ เช่น

- ใช้กระดาษให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด โดยนำกระดาษที่ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อลดปริมาณขยะ
- นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สำหรับการสื่อสารภายในสำนักงานวิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบูรี แทนการใช้กระดาษ ออาทิ การเวียนเอกสารแจ้งไปยังบุคลากรของสำนักงานวิทยาเขตสารสนเทศสารสนเทศฯ โดย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (SU-MAIL) ระบบสารบรรณเล็กทรอนิกส์ (E-document) ของมหาวิทยาลัย และการ สื่อสารผ่าน แอ็พพลิเคชันไลน์

3. ให้ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มภายในวิทยาเขตฯ ลดราคาเครื่องดื่มให้กับนักศึกษาและบุคลากรจำนวน 2 บาท กรณีนำแก้วมาเองเพื่อลดปริมาณการใช้แก้วน้ำพลาสติก
4. ให้ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มภายในโรงอาหารของวิทยาเขตฯ ลดการหัวรุ่งพลาสติก
5. ประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาและบุคลากรทราบถึงอันตรายของพลาสติก

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ จะเห็นได้ว่าการทำให้มุขย์เกิดการแสดงออกถึงพฤติกรรมนั้น นอกจากระเกิดจากปัจจัยภายในตัวบุคคลแล้ว ส่วนหนึ่งยังเป็นผลมาจากการกระตุ้นจากปัจจัยกระตุ้นภายนอก ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคณนั้นแสดงออก ผู้วิจัยจึงนำหลักการดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ใน การศึกษา โดยจะศึกษาว่าแรงจูงใจด้านใด (ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม หรือด้านสิ่งแวดล้อม) ที่มีผลทำให้นักศึกษา มีพฤติกรรมการใช้แก้วน้ำส่วนตัวเพื่อเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมในด้านต่างๆอย่างเหมาะสม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัชชา บางท่าไม้ และคณะ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร วัดคุณประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษา พบว่า ทัศนคติของนิสิตส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความตระหนกต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาถึงลักษณะของสินค้าที่สามารถช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริงและสินค้ามีคุณภาพน่าพอใจ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้พิจารณาสินค้าที่ซื้อว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่นั้นเนื่องมาจากปัจจัยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าที่ยังไม่เพียงพอหรือหาซื้อด้วยกันและสินค้ามีราคาแพง ในส่วนของพฤติกรรมการใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน โดยพิจารณาใช้สินค้ามีความสัมพันธ์กับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าและความต้องการที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างเอง และเมื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมภายหลังการใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและได้แนะนำบอกต่อคนรอบข้างใช้ด้วย

นิโลมล ตรีเสน่ห์จิต (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและทัศนคติต้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อถุงผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านเหตุผล และแรงจูงใจทางด้านอารมณ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อถุงผ้าบริโภค ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีแรงจูงใจด้านประโยชน์หลักของถุงผ้า ด้านรูปลักษณ์ของถุงผ้า ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังของถุงผ้าและด้านศักยภาพของถุงผ้าอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มหันมาให้ความสนใจและความตื่นตัวในด้านการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ความสำคัญกับการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประสบการณ์จากการเดินทางในการเดินทางและการเปลี่ยนแปลงทางด้านสิ่งแวดล้อม และกระแสที่กำลังเป็นที่กล่าวขวัญทั่วโลก

ปาลิตา สามประดิษฐ์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติ และความรับผิดชอบทางสังคม ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ถุงผ้าบรรจุสินค้าที่ซื้อจาก Tops Market ของคนในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ถุงผ้าบรรจุสินค้าที่ซื้อจาก Tops Market ของคนในกรุงเทพมหานครและ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ถุงผ้าบรรจุสินค้าที่ซื้อจาก Tops Market ของคนในกรุงเทพมหานคร และ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร ทำให้คน เชื่อว่าการใช้ถุงผ้าจะช่วยลดภาวะโลกร้อนได้จริง จะเลือกใช้ถุงผ้า เพราะจะช่วยให้ประหยัดทรัพยากรได้ เชื่อว่าการใช้ถุงผ้าดีกว่าใช้ถุงพลาสติก และจะ เลือกใช้ถุงผ้า เพราะตระหนักถึงภาวะโลกร้อน ผลการทดสอบ สมมติฐาน แสดงว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ ข่าวสาร ส่งผลกระทบต่อระดับการการตัดสินใจใช้ถุงผ้าในการบรรจุสินค้าใน Tops Market

จากการวิจัยที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ในการใช้สินค้าที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม แรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการรับรู้ข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม งานวิจัยที่ผ่านมาเน้นแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึง ผลประโยชน์ที่ได้จากการบริโภคสินค้าและต้องการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยจึงนำแนวคิด ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ในด้านการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเลือก ประเด็นเรื่องการลดขยะจากแก้วเครื่องดื่มพลาสติก ด้วยการรีไซเคิลโดยใช้แก้วน้ำส่วนตัว ซึ่งร้านเครื่องดื่มหลายแห่ง นำไปเป็นหลักการส่งเสริมการขาย โดยไปผูกกับปัจจัยจูงใจด้านราคาส่วนลดเครื่องดื่ม ซึ่งอาจเป็นแรงจูงใจแฟง เชิงผลประโยชน์ในรูปของตัวเงินที่ได้จากการประยัดค่าใช้จ่าย หรือแรงจูงใจเชิงสังคมจากการเป็นคนที่อยู่ ท่ามกลางในกระแส (in trend) การอนุรักษ์ซึ่งเป็นกระแสหลักในปัจจุบันซึ่งอาจเป็นที่มาของการได้รับการ ยอมรับของคนในสังคม หรือแม้กระทั่งการเป็นผู้ดำเนินรอยตามต้นแบบของดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมที่ ตนเองชื่นชอบ เป็นต้น

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกดิยภูมิเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ แผนแม่บทการบริหาร จัดการขยะมูลฝอยของประเทศไทย (พ.ศ.2559-2564) (กรมควบคุมมลพิษ 2560 ก) นโยบายของมหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ ตำรา รายงานการวิจัยและฐานข้อมูลจาก ระบบสืบค้นทางอินเตอร์เน็ต และเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมนิเทศโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคการศึกษาด้าน ปีการศึกษา 2561 จำนวน 253 คน โดยกำหนดสัดส่วนขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขาวิชา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 253 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง คิดเป็น ร้อยละ 69.96 เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ร้อยละ 22.13 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-6,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 30.43 ซึ่งเครื่องดื่มน้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 44.27 เคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ร้อยละ 58.89 ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ กิจกรรม หรืออบรม ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ร้อยละ 66.01 ไม่เคยนำแก้วเครื่องดื่มส่วนตัวมาใช้ในการซื้อเครื่องดื่มเพื่อรับส่วนลด 2 บาท ร้อยละ 60.08 และมีความเห็นว่าราคาส่วนลดเครื่องดื่ม 2 บาท กรณีนำแก้วมาเองมีความเหมาะสมดี ร้อยละ 68.77 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

n = 253

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|-----------|--------|
| 1. เพศ | | |
| ชาย | 76 | 30.04 |
| หญิง | 177 | 69.96 |
| 2. สาขาวิชา | | |
| การจัดการชุมชน | 17 | 6.72 |
| ธุรกิจและภาษาอังกฤษ | 39 | 15.42 |
| การจัดการธุรกิจทั่วไป | 24 | 9.49 |
| การจัดการการท่องเที่ยว | 42 | 16.60 |
| ธุรกิจประมงศาสตร์ | 34 | 13.44 |
| การตลาด | 56 | 22.13 |
| การจัดการโรงแรม | 41 | 16.21 |
| 3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | |
| ต่ำกว่าและเท่ากับ 4,000 บาท/เดือน | 38 | 15.02 |
| 4,001-5,000 บาท/เดือน | 77 | 30.43 |
| 5,001-6,000 บาท/เดือน | 70 | 27.67 |
| 6,001 บาท/เดือน ขึ้นไป | 68 | 26.88 |
| 4. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม | | |
| ไม่เคย | 104 | 41.11 |
| เคย (Facebook, Instagram, Internet, TV, เพื่อน, ป้ายประกาศ) | 149 | 58.89 |

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

n = 253 .

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|-----------------|-------------------------|
| 5. การเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม/ อบรม เกี่ยวกับการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ไม่เคย เคย (SU รวมใจปลูกป่า, โครงการ ทำความสะอาดบริเวณหน้าหอพัก, บริษัท schonด้า) | 167 86 | 66.01 33.99 |
| 6.การนำแก้วเครื่องดื่มส่วนตัว มา ใช้แลกส่วนลดเครื่องดื่ม 2 บาท ไม่เคย เคย | 152 101 | 60.08 39.92 |
| 6.1 ไม่เคย เพราะเหตุใด ไม่สะดวกในการพกพาแก้วน้ำ การลดราคา 2 บาท ไม่ใช่จริง แก้ว มีราคาแพง | 104 32 16 | 41.12 12.65 6.32 |
| 6.2 เคย เพราะเหตุใด ต้องการซ่อมลดขยะพลาสติก ต้องการประหยัดเงิน ต้องการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ตามนโยบายมหาวิทยาลัย | 53 39 9 | 20.95 15.41 3.56 |
| 7. ราคาส่วนลดเครื่องดื่ม 2 บาท กรณีนำแก้วมาเอง มีความเหมาะสม หรือไม่ เหมาะสม ไม่เหมาะสม | 174 79 | 68.77 31.23 |
| 8. ท่านซื้อเครื่องดื่มบรรจุแก้ว พลาสติกมากน้อยเพียงใด น้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ 3-5 ครั้ง/สัปดาห์ มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ | 112 98 43 | 44.27 38.74 17.00 |

2. แรงจูงใจการลดแก้วพลาสติกด้วยแนวคิดแก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม

จากการศึกษาแรงจูงใจในการใช้แก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม พบร้า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องแรงจูงใจด้านสิ่งแวดล้อม อุยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) รองลงมาคือด้านสังคมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12) และ ด้านเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แรงจูงใจการลดแก้วพลาสติกด้วยแนวคิดแก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม

| ด้าน | ค่าเฉลี่ย | SD | ระดับแรงจูงใจ |
|---|-------------|-------|---------------|
| ด้านสิ่งแวดล้อม | | | |
| 1. การนำแก้วน้ำส่วนตัวซึ่อเครื่องดื่ม สามารถช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกได้ | 4.39 | 0.67 | |
| 2. การนำแก้วน้ำส่วนตัวซึ่อเครื่องดื่ม สามารถลดปัญหาสิ่งแวดล้อมจากขยะพลาสติกได้ | 4.28 | 0.80 | มากที่สุด |
| 3. การนำแก้วน้ำส่วนตัวซึ่อเครื่องดื่มช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้ | 4.36 | 0.79 | |
| ภาพรวม | 4.34 | | |
| ด้านเศรษฐกิจ | | | |
| 1. การนำแก้วน้ำส่วนตัวมาซื้อเครื่องดื่ม ช่วยลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน | 3.80 | 0.97 | |
| 2. การนำแก้วน้ำส่วนตัวมาซื้อเครื่องดื่ม ช่วยเพิ่มเงินออม | 3.76 | 1.01 | มาก |
| 3. การนำแก้วน้ำส่วนตัวมาซื้อเครื่องดื่ม ช่วยมหาวิทยาลัยในการลดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดการขยะ | 3.94 | 0.91 | |
| ภาพรวม | 3.83 | | |
| ด้านสังคม | | | |
| 1. การนำแก้วน้ำส่วนตัวมาซื้อเครื่องดื่ม ช่วยสร้างค่านิยมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักศึกษา | 4.13 | 0.87 | |
| 2. การนำแก้วน้ำส่วนตัวมาซื้อเครื่องดื่ม ช่วยสร้างภาพลักษณ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมต่อตนเอง | 4.08 | 0.947 | มาก |
| 3. การนำแก้วน้ำส่วนตัวมาซื้อเครื่องดื่ม ช่วยสร้างภาพลักษณ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมต่อองค์กร | 4.14 | 0.97 | |
| ภาพรวม | 4.12 | | |

3. ปัญหาและอุปสรรคในการลดแก้วพลาสติกด้วยแนวคิดแก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม

นักศึกษาส่วนใหญ่ได้เสนอปัญหาและอุปสรรคในการนำแก้วน้ำส่วนตัวมาใส่เครื่องดื่ม ว่าไม่สะดวกในการพกพา เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่จะนั่งรถรางสาธารณะของมหาวิทยาลัย หรือจักรยานเดินทางมาเรียนเอง ซึ่งต้องถือกระเบี้ิงสิ่งของในการเรียน หากจะต้องใส่กระเบี้งหรือถือแก้วน้ำจะไม่สะดวกสบายระหว่างเดินทางมาเรียน เมื่อเทียบกับการใช้แก้วน้ำพลาสติกที่มีความสะดวกใช้แล้วสามารถทิ้งได้เลย โดยผู้ที่ไม่เคยนำแก้วน้ำส่วนตัวมาใช้ นอกจากให้เหตุผลหลักว่าไม่สะดวกแล้ว เหตุผลรองลงมาคือส่วนลด 2 บาทยังไม่สร้างแรงจูงใจมากเท่าที่ควร

อภิปรายผล

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่านักศึกษาส่วนใหญ่ไม่เคยนำแก้วน้ำส่วนตัวมาใช้ใส่เครื่องดื่มมากถึงร้อยละ 60.08 เนื่องจากไม่สะดวกในการพกพาและส่วนลด 2 บาท ไม่ได้สร้างแรงจูงใจ ในขณะที่เมื่อถูกถามถึงแรงจูงใจในการใช้แก้วน้ำส่วนตัว พบร่วมกันว่า กลุ่มนักศึกษามีแรงจูงใจด้านสิ่งแวดล้อมสูงกว่าด้านอื่น ๆ เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการเรียนในรายวิชาต่าง ๆ และการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากสื่อที่วี สื่อออนไลน์ เป็นประจำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัชชา บางท่าไม้ และคณะ (2552) ที่พบว่าหัวหน้าคติของนิสิตส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความตระหนักรถต่อการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยจะพิจารณาถึงลักษณะของสินค้าที่สามารถช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้จริง โดยพฤติกรรมการใช้สินค้าเกิดจากความต้องการที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักศึกษาเอง ส่วนแรงด้านจูงใจด้านสังคมอยู่ในระดับรองลงมา อาจจะเป็นเพื่อกระแสการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจากสังคม เป็นประเด็นที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้ความสนใจ จะเห็นได้จากสื่อต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่รณรงค์ ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ส่วนแรงจูงใจด้านเศรษฐกิจอยู่ในลำดับสุดท้าย อาจเนื่องจากนักศึกษาไม่เห็นว่าส่วนลด 2 บาทจะช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายหรือเพิ่มการออมเงินให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

1. ควรมีการจัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมลดการใช้พลาสติกและให้ข้อมูลข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมตลอดจนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของวิทยาเขตโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ไปยังกลุ่มนักศึกษา บุคลากรและผู้ปฏิบัติงานภายในวิทยาเขต อย่างต่อเนื่อง
2. ควรเพิ่มแรงจูงใจด้านราคาของส่วนลดเครื่องดื่มมากกว่าราคา 2 บาท เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้แก้วน้ำส่วนตัวในปริมาณมากขึ้น เพื่อลดขยะแก้วพลาสติก

ข้อเสนอแนะในศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มบรรจุแก้วพลาสติก ในปริมาณน้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ดังนั้นกลุ่มที่ผลิตขยะแก้วพลาสติกกลุ่มนี้หลักอาจจะไม่ใช่กลุ่มนักศึกษา ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเก็บกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น อาจารย์ บุคลากร หรือลูกจ้างที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย เพื่อให้ได้ข้อมูลในภาพรวม อันเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อการรณรงค์ลดขยะแก้วพลาสติกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

References

- Bangthamai, N. Nuanchan, C. Prakmat, K. Khamcharoen, T. Charitrum, N. and Suksawat, S.(2009). “Thatsanakhatalæphruttikamkanchaisinkhathipenmitto singwætlomkhongnisitnaksuksa parinyatri naikhethkrungthepmahanakhon” [Attitude and behavior of using environmentally friendly products of undergraduate students in Bangkok]. *Chulalongkorn Business Review* 31, 119-120:56 – 71.
- Chaisanit, D. (1994). *Phruttikamphuboriphok* [Consumer Behavior]. (5th). Bangkok: Thammasat University.
- Janyam,K.(1995). “khwamsamphanrawangkhwamphungphochainaikanthamnganlækhwamphukphantongkankapkanmaimathamngankhongphanakngannaisathaniwithayuth orathan” [Job satisfaction and organizational commitment of hotel security employees in Bangkok]. Master of Arts Thesis. Kasetsart University.
- Kanthiyanan,P.(2000). “Rængchungchainaikanpadibatngankhongkhongbuklakonfaiborikanmehawitthaya lairamkhamhaeng” [A Study of Job-Motivation of Staff in Personnel-Service, Ramkhamhaeng University]. Master of Arts Thesis. Ramkhamhaeng University.
- PollutionControlDepartment.(2017A). PhænmæbotkanborihanchatkanKhayamunfoikhongprathed(SongphanharoijhasipkaoSongphanharoijhoksipsi) [Master Plan Solid Waste Management of the country (2016 – 2021)].
- Pollution Control Department. (2017B). RaingansathankankhayamunfoichumchonprathedthaiPi Songphanharoijhasipkao [Situation of solid waste in Thailand 2016].
- Pollution Control Department. (2018). RaingansathankanmolophitkhongprathedthaiPi Songphanharoijhoksip [Thailand pollution report 2017].
- Sampradit,P.(2017). “Kanraprukhaosan Thatsanakhatalækhwamrapp hitchopthangsangkhomth isongphontokantatsinchaichaithungphabanchusinkhathiisuchak Tops Market khong khonnaikrungthepmahanakhonkan.” [Media perception, attitude, and social responsibility that affects on Thai people's decision making in using Tops Market Fabric bag in Bangkok]. Master of Business Administration Independent Research. Bangkok University.

Sukbamrungsin,S.(2010). "Rængčungčainaikanpatibatngankhongkhrurongrianwitsawakaml æmchabang Changwatchonburi" [Motivation in the performance of teachers at Laem Chabang Engineering School Chonburi Province].Master of Education Thesis. Burapha University.

Thanarak,P.(2016)“Patchaithimiphontophrutikamkanluaksuphalittaphanlotlokronkhongphubor riphoknaikhethetbannakornphitsanulok” [The Factors Affecting Consumer Behaviors in The Purchase of Reduced Global Warming Products: A Case Study of Phitsanulok Municipality]. JOURNAL OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT 12, 1: 70-81.

Treesanaejit,N.(2010). "Rængčungčailætha tsanakhatidänphalittaphanthisongphontophrutik amkantatsinchaisuthungphanaikhetkrungthepmahanakhon." [Motivation and Attitude on Products Affecting Buying Decision Behavior on Eco Bag in Bangkok Metropolitan Area]. Master of Business Administration Srinakarinwiroj University.