

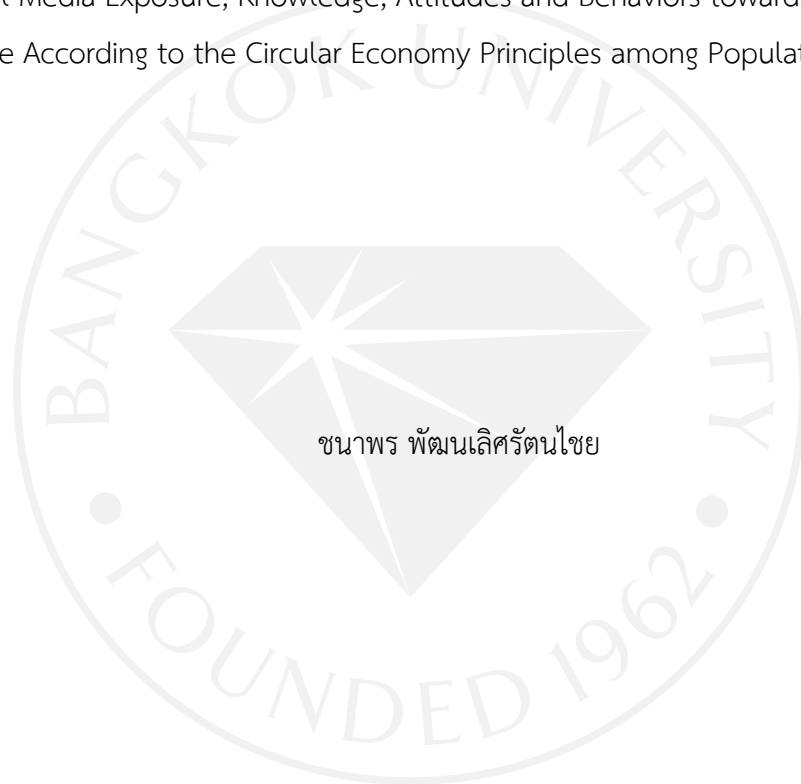
การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล
สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Social Media Exposure, Knowledge, Attitudes and Behaviors towards
Environment Care According to the Circular Economy Principles among
Population Bangkok



การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล
สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Social Media Exposure, Knowledge, Attitudes and Behaviors towards Environment
Care According to the Circular Economy Principles among Population Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

การบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล
สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ชนาพร พัฒนเลิศรัตน์ไชย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก

ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา

ชนาพร พัฒนเลิศรัตน์ไชย. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์), สิงหาคม 2565, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (106 หน้า) อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 2) ศึกษาความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 4) ศึกษาความสามารถของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ความรู้ และทัศนคติ ในการร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ศึกษาเป็นกลุ่มบุคคลที่รู้จักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนทั้งเพศชาย เพศหญิง และ LGBTQ+ ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ไปจนถึง 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนประชากรทั้งสิ้นจำนวน 5,527,994 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณจากโปรแกรม G*Power ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงอนุมาน 2 ชนิดได้แก่ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต้องใช้ตัวอย่างจำนวน 119 คน นอกจากนี้เพื่อให้งานวิจัยมีความสามารถในการอ้างอิงไปยังประชากรเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มโดยการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976) โดยกำหนดระดับความน่าเชื่อถือ 95% และขนาดความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 5\%$ ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย จึงมีจำนวน 400 คน

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม สามารถร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้ โดยสร้างเป็นสมการทำนายคือ Y (พฤติกรรมที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม) = $.108 + .52$ (ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแล

สิ่งแวดล้อม) + .17 (การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม) ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อได้ร้อยละ 32.8 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .573

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ, ความรู้, ทักษะ, พฤติกรรมที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม



Chanaporn, P. Master of Communication Arts (Strategic Communication), August 2022, Graduate School, Bangkok University.

Social Media Exposure, Knowledge, Attitudes and Behaviors towards Environment Care According to the Circular Economy Principles among Population Bangkok (106 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Weerapong Ponglek, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) The purpose to study the media exposure Behaviors towards Environment Care According to the Circular Economy Principles among Population Bangkok through social media. 2) To study the knowledge of environment stewardship behavior Behaviors towards Environment Care According to the Circular Economy Principles among Population Bangkok 3) The purpose to study the attitude Behaviors towards Environment Care According to the Circular Economy Principles among Population Bangkok 4) The purpose of this study the ability of social media exposure on environment protection, knowledge, and attitude to prediction of behavior trend in Circular Economy Principles among Population Bangkok The sample studied was a group of people know how to take care of the environment according to the Circular Economy protection. For sample are male, female and LGBTQ+ under 18 to over 60 years old. All the population is 5,527,994. The purpose of this study is to determine the sample size of the G*Power program. This research study adopts 2 types of inferential statistics were used as Multiple Regression Analysis, a sample of 119 people is required. In addition, to provide research with the ability of refer to an increasing population, the research then increased the sample size by Yamane' prefabricated table (1976) 95% confidence level and a size of $\pm 5\%$. Therefore, the sample size was 400.

From the research results, it was found that media exposure of environment protection and the attitude of environment protection can jointly predict behavior trend in Circular Economy of Bangkok residents. By Y (behavior trend in Circular Economy) = .108 + .52 (the attitude of environment protection) + .17 (media

exposure of environment protection). The results show for the media exposure variance of 32.8% and has a multiple correlation coefficient of .573.

Keywords: media exposure, knowledge, attitude, behavior trend in Circular Economy



กิตติกรรมประกาศ

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยการช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีรพงษ์ พวงเล็ก อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยครั้งนี้อย่างเต็มที่ จนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

นอกเหนือจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยฉบับนี้ ยังต้องขอขอบคุณคณาจารย์หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม, รองศาสตราจารย์ ดร. พรพรม ชมงาม, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง, ผู้ช่วยศาสตราจารย์(พิเศษ) ดร.ธนวุฒิ นัยโกวิท, รองศาสตราจารย์ ดร. บุชบา สุธีธร, ดร. นปภัช ลิ้มวรากุล, อาจารย์เขาวินี พันธุ์พุกษ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชวาลย์ หลิวเจริญ ที่ให้ความกรุณาให้คำปรึกษาในทุกด้านตลอดการเรียนในหลักสูตรนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งและขอขอบ คุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา เป็นอย่างสูงที่ได้ให้เกียรติเป็นกรรมการในการสอบ อีกทั้งยังแนะนำและชี้แนะในการจัดทำงานวิจัยครั้งนี้อีกด้วย

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ช่วยเหลือให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณครอบครัวและเพื่อนๆ รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ช่วยผลักดัน เป็นกำลังใจและคอยช่วยเหลือให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดีและผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะถูกนำไปใช้ประโยชน์ไม่มากนัก

ชนาพร พัฒนเลิศรัตน์ไชย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามงานวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.4 สมมติฐานการวิจัย	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย	6
1.6 นิยามศัพท์	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	9
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม	15
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	24
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์	26
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	27
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	35
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประเภทงานวิจัย	36
3.2 ประชากรและตัวอย่าง	36
3.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) ระเบียบวิธีวิจัย	
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	41
3.6 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน	43
3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	54
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ลักษณะทางประชากรที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแล สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	55
4.2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลัก เศรษฐกิจหมุนเวียน	58
4.3 ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	60
4.4 ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	64
4.5 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	69
4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	78
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	81
5.2 การอภิปรายผล	83
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	87
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	88
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	97
ประวัติผู้เขียน	106

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องระหว่างการเปิดรับสื่อกับพฤติกรรม	31
ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน	38
ตารางที่ 3.2: ตารางแสดงจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครชั้นกลาง	39
ตารางที่ 3.3: ตารางแสดงจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครชั้นนอก	40
ตารางที่ 3.4: การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบ คุณภาพเครื่องมือ	49
ตารางที่ 3.5: ตารางแสดงผลค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในส่วนข้อความ ที่มีการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)	53
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศ	55
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามอายุ	56
ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	56
ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	57
ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนผ่าน ช่องทาง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูป และติ๊กต็อก	58
ตารางที่ 4.7: แสดงการตอบคำถามจำนวน ร้อยละ ที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมของตัวอย่าง	61
ตารางที่ 4.8: แสดงค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนความรู้ที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมของตัวอย่าง	63
ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแล สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	64
ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	70
ตารางที่ 4.11: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12: แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	80



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 1931-2020	2
ภาพที่ 2.1: หลักการ 8R	13
ภาพที่ 2.2: การพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการของสหประชาชาติ (SDG)	14
ภาพที่ 2.3: กรอบแนวความคิด	35



บทที่ 1

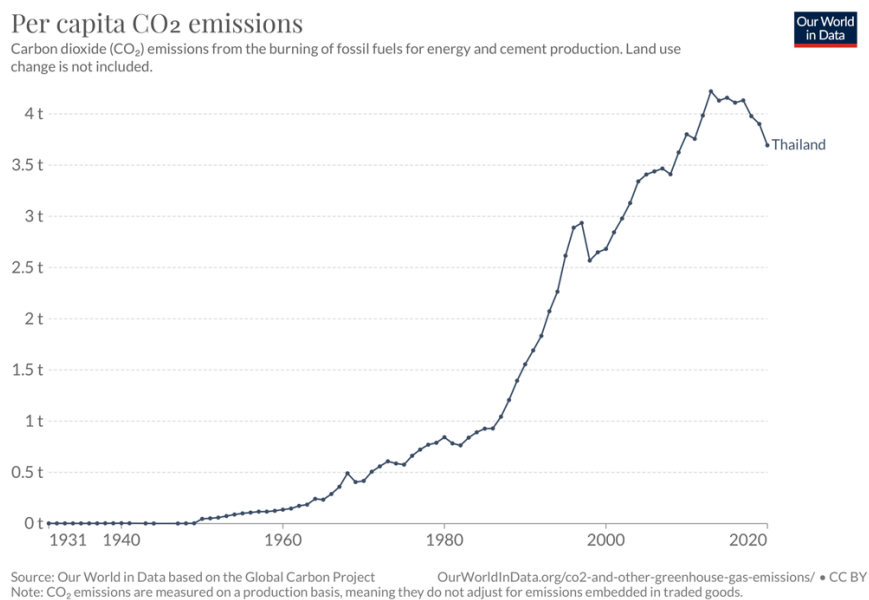
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันผลกระทบจากปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องใกล้ตัวของเราทุกคน ทั้งผลกระทบที่มีต่อสภาพอากาศที่มีความรุนแรงขึ้นทุกปี ซึ่งมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ นั้นมีส่วนมาจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการใช้ยานพาหนะ การเผาป่าจากกระบวนการของโรงงานการผลิตในอุตสาหกรรมต่างๆ และหนึ่งสิ่งที่ใกล้ตัวเราทุกคนอย่างปริมาณขยะมูลฝอยที่เพิ่มมากขึ้นในครัวเรือนที่มาจาก การอุปโภคบริโภคของประชากร (“ปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อมตลอดจนแนวทางการป้องกันแก้ไขที่ดี”, 2561)

ปริมาณขยะมูลฝอยของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มของปริมาณที่ขึ้นเรื่อยๆ ในปี พ.ศ. 2561 ปริมาณขยะมูลฝอยจากการอุปโภคบริโภคทั้ง 76 จังหวัดในประเทศไทยมีปริมาณ 22.97 ล้านตัน และในกรุงเทพมหานครมีปริมาณขยะมูลฝอยเกิดขึ้นประมาณ 4.85 ล้านตัน และที่สำคัญขยะเหล่านี้ถูกนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้เพียง 0.92 ล้านตันเท่านั้น (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2562) ซึ่งการใช้ทรัพยากรอย่างไม่รู้คุณค่านั้นนอกจากจะทำให้เกิดปริมาณขยะที่มากขึ้นแล้วยังก่อให้เกิดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) หมายถึง ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ โดยมีการคำนวณออกมาให้อยู่ในรูปแบบของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (Bill Gates, 2021) การประมวลผลจาก Our world in data พบว่าในปี พ.ศ. 2563 ประเทศไทยมีการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์สู่ชั้นบรรยากาศสูงถึง 3.69 ล้านตัน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นจากการพัฒนาเศรษฐกิจตั้งแต่ช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรมทำให้เกิดอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมีการคาดการณ์ของ IPCC ว่าในอีก 100 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2556 - 2643) อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 1.1 – 6.4 องศาเซลเซียสในกรณีที่ไม่มีเกิดปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรโลก (ศุภกาญจน์ วิชาชาติ, 2561)

ภาพที่ 1.1: การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 1931-2020



ที่มา: *Our World in Data Per capita CO₂ Emissions Thailand*. (2020). Retrieved from <https://ourworldindata.org/co2/country/thailand>.

จากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2563 ทำให้หลายคนต้องปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตตั้งแต่การรูปแบบการรับประทานอาหารที่เปลี่ยนไป ประชาชนมีการเลือกใช้พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้งเพิ่มมากขึ้นจากการสั่ง Food Delivery รวบรวม 78-84% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยในการสั่งอาหารจาก Food Delivery 1 ยอดรายการ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือ TDRI ได้ระบุว่า จะเกิดขยะพลาสติกมากถึง 7 ชิ้น ได้แก่ กล่องอาหาร ถู้น้ำจิ้ม ซ้อนพลาสติก ส้อมพลาสติก ถูใส่ช้อนส้อม ถูน้ำซุบ และถูพลาสติกหิ้วสำหรับใส่อาหารทั้งหมด และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ได้ระบุว่าในช่วงโควิด-19 ที่เริ่มระบาดในปี พ.ศ. 2562 ทำให้เกิดปริมาณขยะพลาสติกเพิ่มสูงขึ้น 15% เฉลี่ยจากวันละ 5,500 ตันต่อวัน เป็นวันละ 6,300 ตันต่อวัน จำนวนนี้ไม่รวมขยะอันตรายที่เกิดจากโควิด-19 เช่น หน้ากากอนามัยใช้แล้ว (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมศูนย์สารสนเทศสิ่งแวดล้อม, 2564)

อีกทั้งมนุษย์ยังเป็นตัวการหลักที่ก่อให้เกิดปริมาณที่เพิ่มขึ้นของก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases) ที่เกิดจากการประกอบกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ และก๊าซเรือนกระจกก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นส่งผลไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสภาพอากาศที่มนุษย์

กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันจากปริมาณก๊าซเรือนกระจกถึง 50% จากการกระทำของมนุษย์ที่เป็นต้นเหตุหลักของปัญหานี้ (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน, ม.ป.ป.)

จากสถานการณ์ที่อุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นจากการกระทำของมนุษย์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยการใช้ทรัพยากรในทิศทางเดียว ผ่านการผลิต (Make) นำไปใช้ (Use) และนำไปทิ้ง (Dispose) หรือที่เรียกว่า เศรษฐกิจเส้นตรง (Linear Economy) ที่ไม่มีการใช้ประโยชน์อย่างเต็มรูปแบบ และก่อให้เกิดขยะในจำนวนมาก ซึ่งสามารถนำไปสู่การเกิดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรได้ในอนาคต และยังส่งผลต่อต้นทุนการผลิตต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และด้วยการคำนึงถึงวิกฤตการขาดแคลนทรัพยากรที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต จึงเกิดแนวทางการขับเคลื่อนในรูปแบบของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยมีหลักการที่เน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การนำวัสดุที่ใช้อย่างคุ้มค่าแล้วกลับมาใช้ซ้ำเพื่อทดแทนการใช้ทรัพยากรใหม่ และยังสามารถลดขยะทำให้ของเสียเป็นศูนย์ (Zero Waste) โดยการนำขยะที่ถูกใช้แล้วนำกลับมาผลิตซ้ำให้เกิดการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใหม่ เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด รูปแบบของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คือแนวความคิดในการนำทรัพยากรที่ผ่านการใช้งานแล้ว นำกลับมาเข้าสู่ระบบการผลิตใหม่เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อแก้ปัญหาของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้พอดีกับความจำเป็นของการใช้ของประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นและปัญหาขยะที่เพิ่มมากขึ้น (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2562)

เพื่อให้ประชากรเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต้องอาศัยศึกษาและวางแผนเพื่อให้สามารถเข้าถึงประชากรและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยอาศัยหลักทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (Knowledge-Attitude-Practice) ซึ่งใช้ในการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปพฤติกรรมของมนุษย์ โดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ (K) ทักษะ (A) และพฤติกรรม (P) โดยการเกิดความรู้จะส่งผลให้เกิดทักษะ และเมื่อเกิดทักษะจะเกิดผลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมามา ดังนั้นการที่จะทำให้ประชากรเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้ ทักษะที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนก่อน (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2556)

การที่ประชากรจะเกิดพฤติกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนนั้น เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่าต้องเกิดทัศนคติหรือความรู้สึกเชิงบวก (Positive attitude) ก่อน จึงจะส่งผลในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรม และการที่จะเกิดทัศนคตินั้น ผู้รับสารจะต้องได้รับสารจนทำให้เกิดเป็นความรู้ เพื่อนำไปสู่การเกิดทัศนคติและก่อให้เกิดการกระทำในขั้นตอนสุดท้าย (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533) โดยมีงานวิจัยที่ใช้หลักทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP) มาเป็นหลักการในการศึกษา ยกตัวอย่างเช่น ศรีนธ์

ยี่หลันสุวรรณ (2558) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการส่งเสริมสังคม ของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และญี่ปุ่น ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)” อมราพร แสนยศ (2558) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการประกันบำนาญเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” และภวรัญชน์รัตน์ ภูวิจิตร (2554) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน กับความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมโลกร้อนของนิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”

การที่จะทำให้เกิดความรู้และทักษะคติที่ดีในปัจจุบัน ผู้วิจัยต้องศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของคนรุ่นใหม่ Digital 2022 Global Overview ออกรายงานเมื่อปลายเดือนมกราคม 2565 ว่าประเทศไทยมีอัตราส่วนของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากรทั้งหมดอยู่ที่ 77.8% อยู่เป็นอันดับที่ 34 ของโลก และใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงถึง 9 ชั่วโมง 6 นาทีต่อวัน อยู่เป็นอันดับที่ 7 ของโลก ดังนั้นสื่อในอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีความเหมาะสมในการใช้เป็นสื่อที่จำความรู้และเรื่องราวเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ในการเข้าถึงประชาชน (ธนาชาติ นุ่มนนท์, 2565)

ในเรื่องของการส่งสารให้เข้าถึงประชาชนการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นที่จำเป็นและมีความแพร่หลายมากในปัจจุบัน โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมของผู้ใช้งานในประเทศไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ ยูทูป (Youtube) ร้อยละ 98.8 ไลน์ (Line) ร้อยละ 98.6 และเฟซบุ๊ก (Facebook) ร้อยละ 96.0 ข้อมูลจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 ข้อมูล ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562 (สำนักยุทธศาสตร์สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561)

ในปัจจุบันมีสื่อใหม่อย่างติ๊กต็อก (Tiktok) เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในสังคมไทยปัจจุบัน ณัฐพล ม่วงท่า (2565) รายงานใน Everyday Marketing.co ว่า ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 ประเทศไทยมีผู้ใช้งานติ๊กต็อก (Tiktok) ที่มีอายุเกิน 18 ปี มากถึง 35.8 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนกว่า 51.1% ของประชากรทั้งประเทศ จะเห็นได้ว่าติ๊กต็อกเป็นสื่อใหม่ที่ได้รับความนิยมของประชาชนทั่วไปในประเทศไทย โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความน่าสนใจในการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนแก่ประชาชน

สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังสามารถทำหน้าที่ในการรวบรวมกลุ่มคนที่ชอบในเรื่องเดียวกัน แนวคิดคล้ายกันมาอยู่รวมกันบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ และยังสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และการสนทนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ลดต้นทุนในการดำเนินการให้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ แก่ประชาชน ลดระยะเวลาในการกระจายข้อมูลข่าวสาร จึงถือว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการสื่อสารได้เป็นวงกว้าง ประหยัดและรวดเร็ว (รักเกียรติ พันธุ์ชาติ, 2560)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนพบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนของ จีรนันท์ นาคสมทรง (2563) ศึกษาเรื่อง “เศรษฐกิจหมุนเวียนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและบทบาทของการบัญชี” ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุ๋นเรื่อน เล็กน้อย (2563) ศึกษาเรื่อง “การจัดการขยะชุมชนภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนขององค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น” ดรุณี มูแก้ม (2563) ศึกษาเรื่อง “อิทธิพลแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มแบบยั่งยืนของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต” ชไมกานต์ ดวงแก้ว และอุ๋นเรื่อน เล็กน้อย (2564) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้และแนวทางการขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อการจัดการขยะพลาสติกภายใต้หลัก 3Rs ของเทศบาลนครนนทบุรี” มานิตย์ สิงห์ทองชัย (2565) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายใต้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย” ภัทรารัตน์ ต้นนุกิจ, สุขสันต์ กิตติศุภกร และปิติ ฉลองวิริยะเลิศ (2564) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาบริหารจัดการขยะโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และการแก้ปัญหาแบบมีส่วนร่วมในโรงพยาบาลสำนักการแพทย์กรุงเทพมหานคร” แต่งานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมาไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ความรู้ ที่คนคิดที่จะร่วมกันทำนุบำรุงให้เกิดพฤติกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ที่คนคิดและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์โดยการใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ มีทัศนคติที่มีต่อเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน นำไปสู่สังคมไทยที่มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อสภาพอากาศที่ดีขึ้นในอนาคต

1.2 คำถามงานวิจัย

1.2.1 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อย่างไร

1.2.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อย่างไร

1.2.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อย่างไร

1.2.5 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ และทัศนคติสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้หรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

1.3.2 เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.3 เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.4 เพื่อศึกษาความสามารถของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ความรู้ และทัศนคติ ในการร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ และทัศนคติสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้

1.5 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประเภทการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2564 มีจำนวน 5,428,097 คน (สำนักทะเบียนกลางกรมการปกครอง, 2564) ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยคำนวณจากโปรแกรม G*Power ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงอนุมานการถดถอย

พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีค่า Effect size f^2 เท่ากับ 0.15 ค่า α err prob เท่ากับ 0.05 มีค่า Power ($1-\beta$ err prob) เท่ากับ 0.95 และมีตัวแปรต้น (Number of Predictors) ทั้งหมด 3 ตัว ดังนั้นต้องการใช้ตัวอย่างจำนวน 119 คน นอกจากนี้เพื่อให้งานวิจัยมีความสามารถในการอ้างอิงไปยังประชากรเพิ่มขึ้น (Generalization) ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976) โดยกำหนดระดับความน่าเชื่อถือ 95% และขนาดความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 5\%$ ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย จึงมีจำนวน 400 คน

1.5.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

จากสมมติฐานสามารถอธิบายตัวแปรได้ดังนี้

1.5.3.1 ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

1.5.3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

1.5.4 ขอบเขตระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการจัดเก็บข้อมูลในช่วงวันที่ 20 เมษายน ถึงวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 เป็นระยะเวลา 1 เดือนในการดำเนินการศึกษา

1.6 นิยามศัพท์

การดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) หมายถึง การมุ่งลดและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เน้นการใช้ซ้ำและลดการผลิตใหม่

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ผ่านแพลตฟอร์มที่สร้างชุมชนเสมือนบนออนไลน์ เป็นแหล่งรวมผู้ใช้งานเข้ามาประกอบกิจกรรมบนออนไลน์ สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้ และใช้งานกันอยู่ในชีวิตประจำวัน ประกอบไปด้วย เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ ดิจิต็อก

ความรู้ หมายถึง ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน การที่บุคคลรู้และเข้าใจต่อหลักการและประโยชน์ของการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ทัศนคติ หมายถึง ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ความรู้ความเข้าใจ ความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคลผ่านการรับสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ และดิจิต็อก ซึ่งตัวแปรการปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดของ Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ

1) ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง ความเชื่อ ความคิดและการรับรู้ที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

2) ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง การแสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึกที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

3) พฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง พฤติกรรมและประสบการณ์ที่มีทัศนคติ ที่ส่งผลต่อการแสดงออกต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

พฤติกรรม หมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน การที่บุคคลรู้สึกตั้งใจ ปรับเปลี่ยน ปฏิบัติและบอกต่อเกี่ยวกับวการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7.2 การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7.3 การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7.4 การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7.5 ผลการวิจัยสามารถร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอองค์ประกอบต่างๆ ของการดูแลสิ่งแวดล้อมได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบงานวิจัยในครั้งนี้ โดยเริ่มจากการศึกษาตัวแปรต้น เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ทำให้เกิดตัวแปรตามจากสาเหตุใดบ้าง ผู้วิจัยจึงเรียงลำดับในการนำเสนอต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP Theory)

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าและทบทวนวรรณกรรมโดยศึกษาจากตัวแปร เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่จะร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ครั้งนี้ได้ศึกษาหัวข้อ ความหมายของหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน หลักการปฏิบัติตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน หลักการ 3R 5R และ 8R ไปจนถึงแนวทางการนำไปสู่เศรษฐกิจที่ยั่งยืนและการปล่อยคาร์บอนเป็นศูนย์ในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1 ความหมายของแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

เศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นแนวคิดที่นำทรัพยากรที่ถูกใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำ หรือแปรรูป เน้นให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการแก้ปัญหาในการใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น แทนการใช้ทรัพยากรในทิศทางเดียวคือการผลิต ใช้งาน และนำทิ้ง ที่เรียกว่า เศรษฐกิจเส้นตรง (Linear Economy) ส่งผลให้เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มุ่งเน้นการนำกลับมาใช้ใหม่

ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดการเกิดขยะหรือของเสียเป็นศูนย์ (Zero Waste) เกิดการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.), 2562)

Euro Commission (2019) ให้ความหมายของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ว่าเป็นหลักการที่มีวัตถุประสงค์ในการคงสภาพ และมูลค่าของสินค้า ทรัพยากรต่างๆ ให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ แม้สินค้าเหล่านั้นจะหมดอายุการใช้งานก็จะกลับเข้าสู่กระบวนการผลิต เพื่อลดการทิ้งลดกระบวนการผลิตใหม่

สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2562) เศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นแนวคิดการใช้ทรัพยากรให้นานที่สุด และเมื่อใช้แล้วสามารถนำมาแปรรูปกลับมาใช้ซ้ำให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพสูงสุด เป็นการใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็น และเพื่อลดปัญหาขยะ

เศรษฐกิจหมุนเวียน คือการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่เป็นวงจรไม่รู้จัก เกิดวงจรมีเป็นวงกลม ลดการผลิตใหม่ แทนแนวคิดเศรษฐกิจแบบเส้นตรงคือเมื่อเลิกใช้แล้วถูกทิ้งไป (เพชร มโนปวิตร, 2561)

เศรษฐกิจหมุนเวียน คือแนวคิดที่มุ่งเน้นในการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า ให้เกิดประโยชน์ และประสิทธิภาพสูงสุด ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้เกิดการใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ และเกิดการหมุนเวียนทรัพยากร ลดของเสียจากกระบวนการผลิต เกิดแนวทางการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นทางของการผลิต ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (จิรนนท์ นาคสมทรง, 2563)

Ellen MacArthur Foundation (2019) องค์การอิสระระดับนานาชาติซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่และประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ในระดับธุรกิจโลกได้ ให้ความหมายของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ไว้ว่า เป็นหลักการทางเศรษฐกิจที่ประกอบไปด้วยการสร้างและการซ่อมแซมเพื่อความสมบูรณ์ของโครงสร้างในระบบโดยรวม หลักแนวคิดในภาคอุตสาหกรรมจะให้ความสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีการใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติและสามารถย่อยสลายได้ง่าย ยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้นานและเกิดประโยชน์สูงสุด ส่วนในระดับประชาชนต้องอาศัยความร่วมมือกันของหลายภาคส่วน

กล่าวโดยสรุป แนวคิดของการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คือ แนวคิดที่มุ่งเน้นในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ใช้ให้นานที่สุด เกิดประโยชน์สูงสุด ลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็น เน้นการใช้ซ้ำลดการทิ้ง ลดการผลิตใหม่ ตลอดจนการแปรสภาพนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อยืดอายุการใช้งานอย่างสูงสุดเป็นการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ลดปริมาณขยะหรือของเสียจากกระบวนการผลิต (Zero Waste) เน้นการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ

2.1.2 หลักการปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเครื่องมือที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าโดยมีหลักการ 3R 5R และ 8R ที่ถูกใช้ควบคู่ไปกับการลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นโดยหลักการปฏิบัติต่างๆ ได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ความเข้าใจ นวัตกรรมที่มีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มการขับเคลื่อนให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเต็มรูปแบบ โดยหลักการ 3R 5R และ 8R ประกอบดังต่อไปนี้

1. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีหลักการ (2562) ได้ระบุว่าหลักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ประกอบไปด้วยหลักการ 3R ดังนี้

1.1 Reduce ลดการใช้ที่ไม่จำเป็น

ใช้สินค้าและทรัพยากรเท่าที่จำเป็น เพื่อเป็นส่วนช่วยในการผลิตใหม่ ลดกระบวนการเกิดขยะ

1.2 Reuse ใช้ซ้ำให้นานที่สุด

นำของหรือสินค้าที่ผ่านการใช้งานแล้วกลับมาใช้ซ้ำ ช่วยเพิ่มความคุ้มค่าให้กับสินค้านั้นๆ และยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรต่างๆ และปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้น

1.3 Recycle แปรรูปกลับมาใช้ใหม่

นำสิ่งของที่ไม่สามารถใช้งานซ้ำๆ ในรูปแบบเดิมแล้ว มาผ่านกระบวนการแปรรูปให้กลับมาใช้งานได้ใหม่ในรูปแบบเดิม เช่น ขวดน้ำพลาสติก ถูกแปรรูปกลับมาเป็นพลาสติก ดังนั้นการแยกขยะอย่างถูกวิธีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแปรรูปขยะตั้งแต่ต้นทาง

2. H.-Ping Tserng, Cheng-Mo Choun และ Yun-Tsui Chang (2021) ได้กล่าวว่าหลักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ประกอบไปด้วยหลักการ 5R ดังนี้

2.1 Reduce ลดการใช้ที่ไม่จำเป็น

ใช้สินค้าและทรัพยากรเท่าที่จำเป็น เพื่อเป็นส่วนช่วยในการผลิตใหม่ ลดกระบวนการเกิดขยะ

2.2 Reuse ใช้ซ้ำให้นานที่สุด

นำของหรือสินค้าที่ผ่านการใช้งานแล้วกลับมาใช้ซ้ำช่วยเพิ่มความคุ้มค่าให้กับสินค้านั้นๆ และยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรต่างและปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้น

2.3 Recycle แปรรูปกลับมาใช้ใหม่

นำสิ่งของที่ไม่สามารถใช้งานซ้ำๆ ในรูปแบบเดิมแล้ว มาผ่านกระบวนการแปรรูปให้กลับมาใช้งานได้ใหม่ในรูปแบบเดิม เช่น ขวดน้ำพลาสติก ถูกแปรรูปกลับมาเป็นพลาสติก ดังนั้นการแยกขยะอย่างถูกวิธีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแปรรูปขยะตั้งแต่ต้นทาง

2.4 Rethink คิดให้ถี่ถ้วน

ก่อนที่ซื้อหรือบริโภคสินค้า ความคิดและย้ำเตือนตนเองในเรื่องของถึงความจำเป็น คำนึงว่าสินค้านั้นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่

2.5 Repair ซ่อมแซมใช้งานให้นานที่สุด

การซ่อมแซมสิ่งของที่เสียไปแล้วให้กลับมาใช้งานได้อีกครั้ง เพื่อยืดอายุในการใช้งานให้ยาวนานขึ้นในรูปแบบเดิมลดการทิ้งเป็นขยะและการซื้อใหม่โดยไม่จำเป็น

3. Ecostore (2018) ได้ระบุว่าหลักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนประกอบไปด้วยหลักการ 8R ดังนี้

3.1 Reduce ลดการใช้ที่ไม่จำเป็น

ใช้สินค้าและทรัพยากรเท่าที่จำเป็น เพื่อเป็นส่วนช่วยในการผลิตใหม่ ลดกระบวนการเกิดขยะ

3.2 Reuse ใช้ซ้ำให้นานที่สุด

นำของหรือสินค้าที่ผ่านการใช้งานแล้วกลับมาใช้ซ้ำช่วยเพิ่มความคุ้มค่าให้กับสินค้านั้นๆ และยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรต่างและปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้น

3.3 Recycle แปรรูปกลับมาใช้ใหม่

นำสิ่งของที่ไม่สามารถใช้งานซ้ำๆ ในรูปแบบเดิมแล้ว มาผ่านกระบวนการแปรรูปให้กลับมาใช้งานได้ใหม่ในรูปแบบเดิม เช่น ขวดน้ำพลาสติก ถูกแปรรูปกลับม เป็นพลาสติก ดังนั้นการแยกขยะอย่างถูกวิธีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแปรรูปขยะตั้งแต่ต้นทาง

3.4 Rethink คิดให้ถี่ถ้วน

ก่อนที่ซื้อหรือบริโภคสินค้า ความคิดและย้ำเตือนตนเองในเรื่องของถึงความจำเป็น คำนึงว่าสินค้านั้นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดใน 8R

3.5 Repair ซ่อมแซมใช้งานให้นานที่สุด

การซ่อมแซมสิ่งของที่เสียไปแล้วให้กลับมาใช้งานได้อีกครั้งในรูปแบบเดิม

3.6 Recover นำกลับมาใช้ประโยชน์ในรูปแบบใหม่

นำสิ่งของหรือทรัพยากรที่ไม่ใช้แล้วมาผ่านการแปรรูปเพื่อทำให้เกิดการใช้งานในรูปแบบใหม่ เช่น ฝากระป๋องอะลูมิเนียมเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตขาเทียม เป็นต้น

3.7 Regift ส่งต่อให้ผู้อื่น

ส่งต่อแบ่งปันสิ่งของที่เราไม่ใช้งานแล้วให้ผู้อื่นได้นำไปใช้ประโยชน์เป็นการใช้สินค้าและทรัพยากรร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3.8 Refuse ปฏิเสธสิ่งที่ไม่จำเป็น

คือการปฏิเสธสิ่งที่จะรับสิ่งของฟุ่มเฟือย หรือไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น กล่องโฟม ข้อนพลาสติก หรือสินค้าที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ได้

ภาพที่ 2.1: หลักการ 8R



ที่มา: Greenpeace. (2020). เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy ดีต่อสิ่งแวดล้อมจริงๆ หรือไม่). สืบค้นจาก <https://www.greenpeace.org/thailand /story/ 17209/plastic-slowng-the-circular-economy/>.

กล่าวโดยสรุป หลักการปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเครื่องมือที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น เริ่มต้นจากวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนตามหลักการ 3R 5R และ 8R ที่มีจำนวนมากขึ้นขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลหรือองค์กร และประสิทธิภาพในการดูแลปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน

2.1.3 ประโยชน์ของการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

เศรษฐกิจหมุนเวียนมีประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและความมั่นคงของทรัพยากรในระดับโลกในหลากหลายประการ เช่น ส่งผลต่อทำให้มีการใช้วัสดุที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สร้างรายได้ในรูปแบบใหม่ ลดประมาณของเสีย ลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน และที่สำคัญคือการช่วยลดประมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขึ้นสู่ชั้นบรรยากาศ

นอกจากนี้สหประชาชาติยังตั้งเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดย BSI บริษัทแรกที่ทำนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อป้องกันการเกิดขยะ และใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการออกแบบการนำทรัพยากรมาใช้ซ้ำและการผลิตซ้ำมาใช้จริงในองค์กร BSI ได้ให้คำมั่นในการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการของสหประชาชาติ (SDG) ซึ่งมีเป้าหมายในการ

พัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติใน 3 ด้านได้แก่ ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและด้านการพัฒนาสังคม

ภาพที่ 2.2: การพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการของสหประชาชาติ (SDG)



ที่มา: BSI. (2019). ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนและความยั่งยืน. สืบค้นจาก

<https://www.bsigroup.com/th-TH/topics/circular-economy-and-sustainability/>.

2.1.4 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero Emission)

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero) คือ แนวคิดการจัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการทำกิจกรรมหรือจากกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เป็นศูนย์ โดยการกำจัดก๊าซเรือนกระจกออกจากชั้นบรรยากาศโดยกระบวนการกำจัดก๊าซคาร์บอน (Carbon Removal) (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก, 2564)

เป้าหมายในการบรรลุเป้าหมายที่จะปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (NetZero) เป็นการตั้งเป้าหมายในแบบเดียวกับไปทั่วโลกในการจัดการสภาวะอากาศ ดังที่มีการทำข้อตกลงปารีสโดยมีเป้าหมายในการลดอุณหภูมิไม่ให้เพิ่มสูงไม่ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส และพยายามที่จะรักษาอุณหภูมิให้อยู่ในระดับ 1.5 องศาเซลเซียส โดยมีเป้าหมายที่จะต้องบรรลุเป้าหมายในการหลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซ

เรือนกระจกให้ได้ภายในปี 2030 และต้องบรรลุเป้าหมายในการลดปล่อยสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero Emission) ให้สำเร็จภายในกลางศตวรรษนี้เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศ (Bureau Veritas Thailand, 2021)

ตัวอย่างข้อตกลงปารีสเพื่อพิชิตเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในระดับโลกภายในระยะเวลาที่กำหนดเช่น การคาดการณ์ว่าจะต้องใช้พลังงานหมุนเวียน 70-80% ในการผลิตไฟฟ้าทั่วโลกภายในปี 2050 การคิดว่าจะมีการใช้พลังงานเพื่อการขนส่งและปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตอาหาร โดยให้ความสำคัญกับการลงทุนในเรื่องพลังงานหมุนเวียน ทั้งพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเทคนิคการจัด และกักเก็บปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ชยนนท์ รักกาญจน์, 2564)

จากการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) พบหลักการดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยหลัก 3R 5R และ 8R ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาข้อมูลตามหลัก 5R เนื่องด้วยหลักการ 5R มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันของประเทศไทย มีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติในรูปแบบของบุคคล ซึ่งอยู่ตรงการระหว่างหลักการ 3R ที่มีแนวทางปฏิบัติไม่สอดคล้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน และหลักการ 8R ที่มีบางหลักการที่ประชาชนทั่วไปไม่สามารถปฏิบัติด้วยตนเองได้ต้องอาศัยระบบอุตสาหกรรมเข้ามาเป็นช่วย แต่หลักการ 5R เป็นหลักการปฏิบัติที่ประชาชนสามารถร่วมปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมโดยการใช้ซ้ำลดการผลิตใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นส่งผลไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสภาพอากาศที่มนุษย์กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (KAP Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม เกิดขึ้นเมื่อผู้รับสารได้รับสาร จนทำให้เกิดความรู้ เมื่อมีความรู้เพิ่มขึ้นจะนำไปสู่การเกิดทศนคติ ไปจนถึงการก่อให้เกิดการลงปฏิบัติในที่สุด ซึ่งหมายความว่า เมื่อบุคคลได้รับความรู้ จนเกิดเป็นเจตคติอย่างไรจะนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมไปตามนั้น (Roger, 1978 อ้างถึงใน ศิริวรรณ ว่องวีรุฒ, 2553, หน้า. 55)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม มีตัวแปรสำคัญหลัก 3 ตัว ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Behavior) การรับสารนั้นจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 ลักษณะอย่างต่อเนื่องโดยเมื่อผู้รับสารได้รับสารจนทำให้เกิดความรู้ และเมื่อเกิดความรู้ที่เพิ่มขึ้นจะทำให้เกิดการทศนคติ ไปจนถึงก่อให้เกิดการกระทำซึ่งเป็นขั้นสุดท้าย (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะและพฤติกรรม (KAP Theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับ 3 ตัวแปรหลัก ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ดังต่อไปนี้

2.2.1 ความรู้ (Knowledge) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับรู้เบื้องต้นโดยอาศัยประสบการณ์ เริ่มต้นจากการเรียนรู้ที่จะการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) เพื่อจัดระบบของโครงสร้างความรู้ที่ต้องอาศัยการจดจำข้อมูลและสภาพจิตวิทยาาร่วมด้วย ดังนั้นความรู้จึงเป็นสิ่งที่ต้องจดจำและมีความสอดคล้องไปกับสภาพจิตวิทยาของแต่ละบุคคล ความรู้จึงถูกจัดให้เป็นกระบวนการภายใน ที่อาจส่งผลต่อการแสดงออกถึงพฤติกรรมได้

ความรู้เป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการจดจำเฉพาะเรื่อง หรือเรื่องต่างๆ ไป การจดจำในกระบวนการ หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยความรู้เกิดขึ้นโดยกระบวนการ (Bloom, B. S., Hastings J. T., Madaus, G. F., & Baldwin, T. S., 1971)

กระบวนการที่จะประกอบกันเพื่อให้เกิดการรับรู้อย่างสมบูรณ์จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังต่อไปนี้

1) ความรู้ (Knowledge) ซึ่งแบ่งออกเป็น

1.1) ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาเฉพาะ (Knowledge of specifics)

1.2) ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Knowledge of ways and means of dealing with specifics)

1.3) ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้างหรือ หลักความคิดรวบยอดเกี่ยวกับเรื่องนั้น (Knowledge of the universals and abstraction in a field)

2) ความเข้าใจ (Comprehension) แบ่งออกเป็น

2.1) การแปล (Translation)

2.2) การแปลความหมายหรือการตีความ (Interpretation)

2.3) การประมาณค่า (Extrapolation)

3) การประยุกต์ (Application) เป็นการนำความรู้และความเข้าใจที่มีนำมาใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหา ผ่านการรวบรวมความรู้และความเข้าใจ ผ่านหลักการดังนี้

2.2.1.1 การวิเคราะห์ (Analysis) แบ่งออกเป็น

1) การวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Analysis of elements)

2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Analysis of relationships)

3) การวิเคราะห์หลักการ (Analysis of organizational principles)

4) การสังเคราะห์ (Synthesis)

5) การสังเคราะห์ข้อความ (Production of a unique communication)

6) การสังเคราะห์แผนงานหรือจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ (Production of a plan of proposed set of operation)

7) การสังเคราะห์ความสัมพันธ์ (Derivation of a set of abstract relation)

2.2.1.2 การประเมินผล (Evaluation) ของความรู้ แบ่งออกเป็น

1) การตัดสินภายใต้เงื่อนไขภายในของผู้ฟัง (Judgment in term of internal evidence)

2) การตัดสินภายใต้เงื่อนไขของหลักเกณฑ์จากภายนอก (Judgments in terms of external criteria)

2.2.1.3 การจำแนกระดับของความรู้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ ดังนี้

1) ความรู้เชิงทฤษฎี (Know-What) หมายถึงความรู้ที่เป็นข้อเท็จจริง

2) ความรู้เชิงทฤษฎีและเชิงบริบท (Know-How) หมายถึงความรู้ที่เกิดการเชื่อมโยงระหว่างความเป็นจริงกับการความรู้มาประยุกต์ใช้ตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

3) ความรู้ในระดับที่อธิบายเหตุผล (Know-Why) หมายถึงความรู้ที่เป็นเหตุเป็นผลระหว่างเหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจมีประสบการณ์แก้ปัญหาที่แตกต่างหรือซับซ้อน และสามารถนำมาแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น จดจำและถ่ายทอดให้กับผู้อื่นได้

4) ความรู้ในระดับคุณค่า ความเชื่อ (Care-Why) หมายถึงความรู้รูปแบบของความคิดริเริ่ม จากตัวบุคคลที่สามารถประมวลวิเคราะห์ความรู้มีกับความรู้ที่รับมาสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมาได้

2.2.1.4 ความรู้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณ, 2549)

1) ความรู้แบบชัดเจน (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถจัดการได้ง่าย มีการจัดการที่เป็นระบบ มีวัตถุประสงค์เป็นแนวคิดหรือทฤษฎี สามารถถ่ายทอดได้อย่างเป็นทางการ เช่น นโยบายองค์กร แนวคิดในการทำงานต่างๆ เป็นต้น

2) ความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดได้ เป็นความรู้ที่มีรากฐานมาจากการกระทำและประสบการณ์ ความรู้แบบฝังลึกต้องอาศัยการฝึกฝนจนชำนาญ เช่น ทักษะในการประกอบอาชีพ วัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น

2.2.1.5 ระดับของความรู้ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ระดับ ดังนี้ (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณ, 2549)

1) ระดับที่ 1 รู้ว่าคืออะไร (Know-what) เป็นความรู้ในเชิงการรับรู้

2) ระดับที่ 2 รู้วิธีการ (Know-how) เป็นความสามารถในการนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติ

3) ระดับที่ 3 รู้เหตุผล (Know-why) เป็นความรู้ที่เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เชิงเหตุผลที่ซับซ้อน ซึ่งอยู่ภายใต้เหตุการณ์และสถานการณ์ต่างๆ ความรู้ระดับนี้สามารถพัฒนาได้บนพื้นฐานของประสบการณ์

4) ระดับที่ 4 ใส่ใจเหตุผล (Care-why) เป็นความรู้ในลักษณะการสร้างสรรค์ที่มาจากตัวเองบุคคลที่มีความรู้ในระดับนี้จะเกิดแรงจูงใจ ปรับตัวเพื่อให้เกิดความสำเร็จ

2.2.1.6 การวัดความรู้

อาศัยการวัดความสามารถในการจดจำเรื่องราวข้อเท็จจริง ประสบการณ์ คำสอน การบอกกล่าว การฝึกฝนของรวมไปถึงจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ โดยคำถามวัดความรู้ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ชนิด (ไพศาล หวังพานิช, 2526)

- 1) ถามความรู้ในเนื้อเรื่อง คือการถามในรายละเอียดของเนื้อหาข้อเท็จจริง
- 2) ถามความรู้ในวิธีการดำเนินการ คือการถามวิธีการปฏิบัติต่างๆ ตามแบบแผน หรือขั้นตอนของการปฏิบัติต่างๆ
- 3) ถามความรู้รวบยอด คือการถามเกี่ยวกับความสามารถในการหาข้อสรุปหรือหลักการของเรื่องที่เกิดจากการผสมผสานหาลักษณะร่วม เพื่อรวบรวมหาประเด็นหลักของเนื้อหา

2.2.2 ทศนคติ (Attitude) เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญ ทั้งทางจิตวิทยา ทางด้านการสื่อสาร และเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความหมายของ ทศนคติ และกระบวนการจะสามารถเปลี่ยนแปลงทศนคติ

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้อธิบายเกี่ยวกับทศนคติว่าเป็นความพร้อมที่จะลงมือปฏิบัติ เมื่อเกิดความรู้สึกหรือทศนคติในเชิงบวก จะส่งผลให้เกิดแสดงออกมาในเชิงบวก แต่หากเกิดความรู้สึกขึ้นในเชิงลบ ก็ส่งผลในการแสดงออกมาในเชิงลบ ดังนั้นทศนคติจึงแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ทศนคติเชิงบวก (Positive attitude) ซึ่งมีการแสดงออกมาในเชิงบวก (Act positive) และทศนคติเชิงลบ (Negative attitude) ส่งผลให้เกิดการแสดงออกในเชิงลบ (Act negative)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่าทศนคติคือดัชนีชี้วัดความคิดและความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อคนรอบข้าง สิ่งแวดล้อม วัตถุหรือสถานการณ์ต่างๆ ทศนคติมีพื้นฐานมาจากความเชื่อที่สามารถส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมในอนาคต ทศนคติจึงเป็นพื้นฐานของการตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นการประเมินผลของการแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบ ถือเป็นสื่อสารภายในบุคคล Interpersonal Communication) ซึ่งเป็นผลจากการรับสาร และมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรม

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทศนคติหมายถึงความสัมพันธ์ที่ผสมผสานระหว่างความรู้ ความรู้สึก และความเชื่อ ประสบการณ์การรับรู้ของแต่ละบุคคล ทศนคติสามารถเกิดขึ้นและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทศนคติเป็นแนวโน้มในการแสดงออกของพฤติกรรมว่ามีความชอบหรือไม่ชอบ ต่อทั้งตัวบุคคล สิ่งของ สิ่งแวดล้อมหรือเหตุการณ์ต่างๆ

2.2.2.1 องค์ประกอบของทัศนคติ

จากแนวคิดของ Eagly, A. H., & Chaker, S. (1993) ได้แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

- 1) องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งที่ชอบและไม่ชอบ
- 2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) หมายถึง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่สัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ มีผลแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล
- 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิดและความรู้สึก

2.2.2.2 การแสดงออกทางทัศนคติ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 1) ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อ สิ่งแวดล้อมในทางที่ดี เกิดความพอใจ หรือยอมรับ
- 2) ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) หมายถึง ความรู้สึกต่อ สิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่ดี ความไม่พอใจ หรือไม่ยอมรับ
- 3) การไม่แสดงออกทางทัศนคติหรือมีทัศนคติเฉยๆ (Negative Attitude) หมายถึง มีทัศนคติที่เป็นกลาง อาจเกิดจากการไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้น ไม่ได้รับมีแนวโน้ม ในเรื่องนั้นๆ

2.2.2.3 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

Kelman (1967) ได้อธิบายเกี่ยวกับทัศนคติ ตามพื้นฐานของความเชื่อที่ว่า ทัศนคติ แบบเดียวกันแต่หากเกิดขึ้นในตัวบุคคลด้วยวิธีที่แตกต่างกันไป จากแนวคิดนี้สามารถแบ่งกระบวนการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้เป็น 3 ประการ คือ

- 1) การยินยอม (Compliance)

การยอมกระทำตามเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขาเป็น กระบวนการที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติ ที่มีพลังผลักดันให้บุคคล ยอมทำตามมาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับ จำนวน ความกระตุนของรางวัล และบทลงโทษ
- 2) การเลียนแบบ (Identification)

การเลียนแบบเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มีมากกระตุ้น เป็น กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความน่าไว้วางใจ ของสิ่งเร้า การเลียนแบบขึ้นอยู่กับพลังของผู้ส่งสาร รายละเอียดของการเลียนแบบจะเปลี่ยนไปมาก หรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้น

3) ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization)

พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ตรงกับภายใน หรือค่านิยมของบุคคล จะสอดคล้องกับค่านิยมที่มีอยู่เดิม และความพึงพอใจขึ้นอยู่กับเนื้อหารายละเอียดในแต่ละพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงจะขึ้นอยู่กับความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมไม่ว่าจะอยู่ในระดับ ก็จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติเสมอ

2.2.2.4 กระบวนการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ

อรวรรณ ปิลาพันธ์โหวาท (2542) กล่าวว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติว่าแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- 1) การเปลี่ยนแปลงความคิด
- 2) การเปลี่ยนความรู้สึก
- 3) การเปลี่ยนพฤติกรรม

2.2.2.5 การเปลี่ยนทัศนคติ ถูกแบ่งออกเป็น 2 ทิศทาง ได้แก่

1) ทิศทางเดียวกัน เมื่อทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในแง่ใดก็จะเกิดผลในแง่ นั้น ทัศนคติทางบวก ส่งผลให้เพิ่มมากขึ้นในทางบวก และทัศนคติทางลบ จะส่งผลให้เพิ่มมากขึ้นในทางลบ

2) คนละทาง เมื่อทัศนคติของบุคคลเป็นคนละด้าน ทัศนคติทางบวก แต่จะลดลงไปในทางลบ และทัศนคติทางลบ แต่กลับเป็นไปในทางบวก

2.2.2.6 การวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติเป็นเรื่องที่มีประโยชน์และสำคัญมากต่อการดำเนินชีวิตของคน เพราะการรู้ทัศนคติของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นๆ จะเห็นถึงแนวทางที่จะสามารถร่วมทำนวยพฤติกรรมที่มีโอกาสเกิดขึ้นกับบุคคลหรือบุคคล และเป็นประโยชน์ในการวางแผนดำเนินการสร้างกลยุทธ์ให้ตรงเป้าหมายมากขึ้น (สุบิน ยุระรัช, 2550) คือ

1) การสังเกต โดยประสาทการได้ยินและการมองเห็น ในการศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลที่ต้องการศึกษา

2) การสัมภาษณ์ ใช้การสอบถามบุคคลที่ต้องการศึกษาด้วยตนเอง โดยอาศัยการพูดคุย

3) แบบรายงานตนเอง บุคคลที่ต้องการศึกษาเล่าความรู้สึกนั้นออกมาเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี จนเกิดความรู้สึกนึกคิด เฉพาะบุคคลตามประสบการณ์และความสามารถ

2.2.3 พฤติกรรม (Practice or Behavior)

การปฏิบัติหรือพฤติกรรม (Practice or Behavior) มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้

พฤติกรรมของบุคคลส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นบนพื้นฐานของทัศนคติของแต่ละบุคคล ดังนั้นทัศนคติจึงเปรียบเสมือนสิ่งที่ทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้น และเพื่อที่จะเข้าใจพฤติกรรมจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาทัศนคติก่อน (อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2542)

พฤติกรรมคือการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมาจากความรู้และทัศนคติที่มีในแต่ละบุคคล จึงทำให้เกิดความแตกต่างของพฤติกรรม และความแตกต่างในการแปลสารเกิดจากประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมที่มีความหลากหลาย (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

กล่าวคือ พฤติกรรมหรือการปฏิบัติ หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่มีพื้นฐานจากความรู้และทัศนคติของแต่ละบุคคล จึงทำให้เกิดความหลากหลายในการแสดงออกของพฤติกรรม

2.2.3.1 องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมของมนุษย์สามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ (ประภาพัญญ์ สุวรรณ, 2526) ดังนี้

1) พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา (Cognitive domain)

คือพฤติกรรมที่เกี่ยวกับ ความรู้ ความจำ และข้อเท็จจริง รวมไปถึงความสามารถและทักษะทางปัญญา การตัดสินใจ ซึ่งระดับความรู้ ความสามารถ สติปัญญา สามารถเพิ่มขึ้นได้ ดังนี้

- 1.1) ความรู้ (Knowledge)
- 1.2) ความเข้าใจ (Comprehension)
- 1.3) การประยุกต์หรือการนำความรู้ไปใช้ (Application)
- 1.4) การวิเคราะห์ (Analysis)
- 1.5) การสังเคราะห์ (Synthesis)
- 1.6) การประเมินผล (Evaluation)

2) พฤติกรรมด้านเจตคติ (Affective domain)

พฤติกรรมที่เกี่ยวกับ ความสนใจ ความรู้ ความชอบ การให้คุณค่า ความคิดภายในจิตใจของแต่ละบุคคล โดยสามารถวัดได้พฤติกรรมที่แสดงออกภายใน เกิดจากพฤติกรรมเจตคติที่แบ่งชั้น ดังนี้

- 2.1) การรับหรือการให้ความสนใจ (Receiving of attending)
- 2.2) การตอบสนอง (Responding)
- 2.3) การให้ค่าหรือการเกิดค่านิยม (Valuing)
- 2.4) การจัดกลุ่มค่า (Organization)
- 2.5) การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization

by a value or value complex)

3) พฤติกรรมด้านการปฏิบัติการ (Psychomotor domain)
 พฤติกรรมที่แสดงออกภายนอก เป็นการแสดงออกต่อจากพฤติกรรมด้าน
 พุทธิปัญญาและเจตคติ พฤติกรรมที่แสดงออกด้วยการปฏิบัติสามารถประเมินผลได้ง่ายกว่า

2.2.3.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์

สามารถแบ่งออกเป็น 7 องค์ประกอบ (สุดาวรรณ ชันธมิตร, 2550) ดังนี้

- 1) วัตถุประสงค์
- 2) ความพร้อม
- 3) สถานการณ์
- 4) การแปลความหมาย
- 5) การตอบสนอง
- 6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตาม
- 7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง

2.2.3.3 ประเภทของพฤติกรรม

พฤติกรรมมนุษย์ สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท (สงวน สุทธิเลิศอรุณ, 2545)

1) พฤติกรรมภายนอก (Overt behavior)

พฤติกรรมที่สามารถมองเห็นได้ ได้แก่

- 1.1) พฤติกรรมภายนอกที่ไม่ต้องอาศัยเครื่องมือในการสังเกต
- 1.2) พฤติกรรมภายนอกที่ต้องอาศัยเครื่องมือในการสังเกต

2) พฤติกรรมภายใน (Covert behavior)

พฤติกรรมที่รับรู้ได้เฉพาะบุคคล ได้แก่

- 2.1) พฤติกรรมที่เป็นความรู้สึกการสัมผัส (Sensitive)
- 2.2) พฤติกรรมที่เป็นการเข้าใจหรือตีความ (Interpreting)
- 2.3) พฤติกรรมที่เป็นความจำ (Remembering)
- 2.4) พฤติกรรมที่เป็นความคิด (Thinking)

3) พฤติกรรมของมนุษย์

แบ่งตามลักษณะที่เกิดได้เป็น 2 ประเภท (ลักษณ์ สรวิวัฒน์, 2544)

- 3.1) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ
- 3.2) พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้

การโน้มน้าวพฤติกรรมจากการสื่อสาร หรือจากกระบวนการเรียนรู้และตอบสนองต่อสื่อ
 ไม่ได้เกิดจากผู้รับสารเพียงอย่างเดียวแต่ต้องมาจากผู้ส่งสารด้วย ดังนั้นการโน้มน้าวให้เกิดพฤติกรรม
 นั้นต้องโน้มน้าวผ่านสื่อ โดยมีวิธีได้แก่

- 1) การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotion Arousal)
- 2) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)
- 3) การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms)
- 4) การให้รางวัล (Reward)

2.2.4 ทักษะคิดกับพฤติกรรม

ทักษะคิดคือการชีวิตความคิดและความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งรอบข้าง หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยมีพื้นฐานที่จะส่งต่อไปยังพฤติกรรมในอนาคต ทักษะคิดจึงเป็นเพียงการตอบสนองว่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้นๆ เป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่มีผลต่อพฤติกรรมในอนาคต (Roger, 1978)

ทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การแสดงออกของพฤติกรรมเป็นผลมาจากทักษะคิดของแต่ละบุคคล ทักษะคิดนั้นต้องมีองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม (Triandis, 1971) กล่าวคือ ทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม พฤติกรรมเป็นผลการแสดงออกของทักษะคิดที่แต่ละบุคคลแสดงออกมา แนวคิดของ Zimbardo and Leippe ได้มีการอธิบายถึงสาเหตุที่ไม่ทำให้ทักษะคิดนำไปสู่พฤติกรรมดังนี้ (อ้างใน อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2542)

- 1) การเห็นความสำคัญในตัวคนอื่น (Significant Others)

การจากความกดดันให้ทำตามคนส่วนใหญ่ ถึงแม้จะขัดต่อความชอบหรือความต้องการของตนเองก็ตาม

- 2) ความไม่คงเส้นคงวาของบุคคลในบางครั้ง (Timely Inconsistencies)

คือการมีกระทำหลายสิ่งหลายอย่างในเวลาเดียวกัน หรือมีเป้าหมายอื่นที่ต้องการบรรลุเป้าหมาย ทำให้พฤติกรรมเกิดความไม่สอดคล้องกับทักษะคิด

2.2.4.1 ช่องว่างของความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม KAP-GAP

ในการปิดมีวิธีการแก้ไข 4 ดังนี้

- 1) เพิ่มความรู้ในเรื่องนั้นๆ ให้มากขึ้น
- 2) แนะนำแนวทางในการปฏิบัติ
- 3) ให้รางวัลเมื่อเกิดการปฏิบัติ
- 4) สร้างกลยุทธ์เพื่อโน้มน้าวใจ

ในกรณีที่ความสัมพันธ์ของความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมไม่สอดคล้องกัน หรือเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม โดยอิทธิพลของการรับสาร เพื่อให้ผู้รับสารคล้อยตามหรือคุ้นชิน อาจนำมาซึ่งพฤติกรรมได้ การนำเสนอซ้ำๆ ประมาณ 3 ครั้ง อาจทำให้เกิดทักษะคิดเชิงบวกได้ แต่หากรับสารประมาณ 5 ครั้ง จะทำให้เกิดความอึดตัวของสาร สร้างปฏิกริยาต่อต้าน

2.2.4.2 ทักษะคิดนำไปสู่พฤติกรรม

อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2546) ระบุว่าเราสามารถให้ทักษะคิดสามารถทำนาย

เมื่อทัศนคติมีลักษณะต่อไปนี้

- 1) ทัศนคติที่ฝังรากลึกและมีความชัดเจน
- 2) ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกัน
- 3) ทัศนคติที่มีรากฐานทางความรู้สึกและทัศนคติที่มีรากฐานอยู่บนความรู้
- 4) ทัศนคติต่อเรื่องต่างๆ

จากการทบทวนทฤษฎีข้างต้น งานวิจัยเรื่องนี้จึงนำทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP Theory) มาใช้โดยแบ่งองค์ประกอบเป็น ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และใช้เป็นองค์ประกอบในการสร้างแบบวัดเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ครั้งนี้ได้ศึกษาหัวข้อ คำนิยามและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ และประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสำหรับมนุษย์คือการสื่อสาร เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะทำให้มนุษย์มีชีวิตรอด ถึงแม้ว่าการสื่อสารจะไม่ใช่อะไรที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการอยู่หรือตายเท่ากับปัจจัยอื่นๆ แต่มนุษย์ก็ยังต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการช่วยให้สิ่งที่ทำ กิจกรรม โครงการบรรลุไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และการสื่อสารยังเป็นเครื่องมือในการอยู่ร่วมกันในสังคมของมนุษย์ ยิ่งเนื้อหายากต่อการทำความเข้าใจ และต้องการสื่อสารเป็นวงกว้าง ก็ยิ่งทำให้มีความซับซ้อนมากขึ้น ทำให้การสื่อสารมีความสำคัญเป็นอย่างมาก (ยุพดี จิตติกุลเจริญ, 2537)

สายทิพย์ วชิรพงศ์ (2556) กล่าวว่า ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theory) การมองสิ่งเร้าสิ่งเดียวกัน สามารถทำให้เกิดการตอบสนองในรูปแบบเดียวกัน ในการเปิดรับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติแล้ว จะไม่ทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ และถ้าไม่มีความสนใจอย่างแท้จริงจะมีผลต่อการตีความสารอีกด้วย

การเปิดรับข่าวสารสำหรับบุคคลในวงกว้างต้องอาศัยทักษะในการแสวงหาข้อมูล หมายถึงคนต้องรู้ว่าข้อมูลแต่ละประเภทต้องหามาจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดความรู้และหันต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น (Atkin, 1973)

กล่าวโดยสรุปคือการเปิดรับสื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ จะทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ การเข้าถึงข้อมูลที่แตกต่างกันต้องอาศัยทักษะในการแสวงหาข้อมูล

Becker (1987) ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันตามสิ่งต่างๆ เช่น ประสบการณ์ ความเชื่อ ความรู้สึก หรือความต้องการ จึงสามารถสรุปความหมายของการเปิดรับสื่อได้ ดังนี้

1) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking)

คือ การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ที่มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นๆ หรือในเรื่องทั่วไป

2) การเปิดรับข้อมูล (Information Seeking)

คือ การเปิดรับสื่อที่ตนเองมีความต้องการ หรือสนใจ เช่น การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ เฉพาะรายการที่ตนเองสนใจ หรือที่ได้รับการแนะนำ

3) การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity)

คือ การเปิดรับสารเพื่อการผ่อนคลาย

McLeod & Keefe (1972) ได้จำแนกตัวชี้วัดความสนใจของการเปิดรับสื่อและข่าวสารของผู้รับสาร มักนิยมศึกษาจากพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) โดยมี 2 ตัวชี้วัด ได้แก่

1) วัดจากเวลาในการใช้สื่อ

2) วัดจากความถี่ในการใช้สื่อ แบ่งตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

นอกจากนั้น McLeod & Keefe (1972) ยังกล่าวอีกว่า การวัดเรื่องของการใช้เวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสีย เพราะคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น เวลาว่างที่คนมีอยู่ ความสนใจของผู้รับสื่อ และการเข้าถึงสื่อ ดังนั้นเวลาที่ใช้สื่อจึงไม่สามารถแปลความหมายในเชิงจิตวิทยา และจะไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อและข่าวสารของผู้รับสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา ช่วงเวลารวมไปถึงจำนวนสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร โดยเป็นการเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีความสนใจ หรือเลือกรับเพราะต้องการนำข่าวสารนั้นไปใช้ประโยชน์

งานวิจัยเรื่องนี้ มุ่งเน้นที่จะศึกษาในเรื่องของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ McLeod & Keefe (1972) เป็นแนวทางในการสร้างแบบวัดการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ได้แก่ ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดรับ และความถี่ในการเปิดรับสื่อต่อสัปดาห์

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์

สื่อสังคมเป็นเหมือนสังคมที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูล ความคิดเห็นในเครือข่าย (Networks) และชุมชนเสมือนจริง (Virtual Communities) ซึ่งสื่อสังคมอาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเว็บไซต์แทนสื่อธรรมดาเพื่อกระจายสื่อไปยังกลุ่มคนที่หลากหลาย หมายถึงการส่งต่อหรือกระจายจากบุคคลหนึ่งไปสู่หลายบุคคล และยังสามารถรวบรวมความเห็นของบุคคลอื่นๆ เพื่อให้เกิดความรู้หรือเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นคนที่ยังไม่รู้หรือไม่รู้จักกันก็สามารถสื่อสารกันอย่างง่ายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์จึงหมายถึงโปรแกรมกลุ่มหนึ่งที่ทำงานบนพื้นฐานของเทคโนโลยีของเว็บตั้งแต่ยุค 2.0 เช่น เฟซบุ๊ก มายสเปซ ทวิตเตอร์ วิกีพีเดีย หรือบล็อกต่างๆ เรียกกันในทางธุรกิจว่า สื่อสังคมที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น

(Consumer-generated Media หรือ CGM) นอกจากจะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลแล้ว ยังเกิดการสร้างกิจกรรมที่สนใจร่วมกัน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จึงเป็นสังคมที่เกิดการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลในรูปแบบหนึ่งบนอินเทอร์เน็ต เกิดการสร้างความสัมพันธ์ เกิดการทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือความคิดเห็น โดยช่องทางการติดต่อสื่อสารในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูบ (Youtube) เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำหน้าที่ในรูปแบบที่คล้ายกับเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่ในการอนุญาตให้บุคคลทำการต่างๆ โดยแบ่งได้ 3 ลักษณะ ได้แก่

- 1) สร้างพื้นที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะได้ โดยอยู่ในระบบที่มีขอบเขต
- 2) สามารถติดต่อกับผู้อื่น หรือแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันได้
- 3) สามารถสำรวจข้อมูลหรือเยี่ยมชมข้อมูลต่างๆ ภายในระบบที่เชื่อมต่อกันได้

แพลตฟอร์มที่เปิดให้บริการแก่สมาชิกด้วยการเพิ่มบัญชีผู้ใช้งาน เพิ่มเพื่อน และร่วมการแบ่งปันข้อมูลจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้แพลตฟอร์มและเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสำคัญมากในปัจจุบัน (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2554; แสงเดือน ผ่องพุ่ม, 2556; ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล, 2556 และ Boyd & Ellison, 2008)

2.4.1 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้แก่ (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2557)

- 1) บล็อก ย่อมาจาก Weblog เป็นการจัดระบบของเนื้อหา (Content Management System: CMS) ให้อยู่ในรูปแบบของข้อความ ที่เรียกว่า โพสต์
- 2) ทวิตเตอร์ (Twitter) และไมโครบล็อก (Microblog) เป็นการโพสต์ที่จำกัดตัวอักษรครั้งละ 140 ตัวอักษร
- 3) สื่อเครือข่ายสังคม (Social Network) มีการเชื่อมโยงเครือข่ายจนเกิดเป็นสังคม มีการสร้างตัวตนการใส่ข้อมูลบุคคล รูป หรือการจดบันทึก สามารถเพิ่มเพื่อน ค้นหาเพื่อน หรือเป็นเพื่อนกับเพื่อนของเพื่อนได้อีกด้วย
- 4) การแบ่งปันสื่อ (Media Sharing) เว็บไซต์ที่เปิดเพื่ออัปโหลดข้อมูลภาพ หรือวิดีโอในการแบ่งปันกับเพื่อน คนในครอบครัว หรือส่งต่อให้กับบุคคลทั่วไป
- 5) สังคมข่าวและบริการบนเว็บไซต์ (Social News and 9 Bookmarking) เป็นการเชื่อมโยงบทความหรือเนื้อหา และเปิดให้ลงคะแนนเพื่อเป็นการโหวตบทความหรือเนื้อหาที่มีความน่าสนใจบนเว็บไซต์
- 6) การสนทนาผ่านเครือข่าย (Online Forum) สื่อสังคมที่มีความเก่าแก่ เช่น หนังสือ เพลง หนังสือ กีฬา สุขภาพ มีการแลกเปลี่ยนความเห็นบนเว็บไซต์เนื้อหาต่างๆ

2.4.2 สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

ณัฐพล ม่วงท่า (2565) ได้อธิบายในการตลาดวันละตอน Everyday Marketing ว่าสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียที่คนไทยเปิดรับในปี พ.ศ. 2565 มากที่สุดอินสตาแกรม (Instagram)

รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ตี๊กต็อก (Tiktok) ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูบ (Youtube) ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุปในปัจจุบันเกิดความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อในสังคม จึงเกิดผลในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้เกิดการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและการเปิดรับสื่อหรือข่าวสารถูกพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ปัจจุบัน โดยเฉพาะสื่อเครือข่ายสังคม (Social Media)

งานวิจัยเรื่องนี้ มุ่งเน้นที่จะศึกษาในเรื่องของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันทั้งหมด 5 สื่อ ได้แก่ อินสตาแกรม (Instagram) เฟซบุ๊ก (Facebook) ตี๊กต็อก (Tiktok) ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูบ (Youtube) เนื่องจากในปัจจุบันโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่เปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นสูงในปัจจุบัน

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

2.5.1 ความหมาย

ประชากรศาสตร์ (Demography) นั้นมีรากศัพท์มาจากคำในภาษกรีกคือ Deme = People หรือประชากร และ Graphy = Study การศึกษาหรือศาสตร์ ประชากรศาสตร์ จึงมีความหมายว่า การวิเคราะห์เหตุและผลจากหลากหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ทางสังคม และปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร และยังมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงถึงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่ออีกด้วย (อมราพร แสนยศ, 2558)

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537) ประชากรศาสตร์ นั้นมีปัจจัยต่างๆ ที่สามารถบ่งชี้ถึงลักษณะทางประชากรในตัวบุคคลได้ คือ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสภาพแวดล้อมทางสังคม

Hanna and Wozniak (2001), Schiffman and Kanuk (2003) ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรไว้ว่าเป็น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีอิทธิพลที่ส่งต่อไปยังพฤติกรรมของผู้บริโภค มักถูกนำไปใช้ในการทำการตลาด (Market Segmentation) โดยมีการนำข้อมูลมาเชื่อมโยงกับความต้องการ หรือนำมาศึกษาเพื่อให้ได้ อัตราการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค

แรงกระตุ้นภายนอกและพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่เป็นในแต่ละบุคคลจะส่งผลต่อพฤติกรรมต่างๆ เช่น ความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมของคนแต่ละช่วงวัย

Michael Burgoon (1974) วิธีที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการเปิดรับสารซึ่งมีองค์ประกอบที่เป็นคนจำนวนมาก การจำแนกผู้รับสารจึงถูกแบ่งเป็นกลุ่ม ตามลักษณะทาง

ประชากร (Demographic Characteristics) ยกตัวอย่างเช่น การจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา หรือลักษณะทางสังคม เป็นต้น

ประมะ สตะเวทิน (2539) ได้จัดกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับตัวแปรไว้ว่า

1. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่มีความคิดที่คล้ายคลึงกันในการคิดและพฤติกรรม โดยส่วนใหญ่คนที่มาอายุน้อยมักมีความคิดแบบเสรีนิยม (Liberal) ส่วนคนที่มาอายุมากมักมีความคิดแบบอนุรักษนิยม (Consevative) มากกว่า และคนที่มาอายุน้อยมักถืออุดมการณ์ (Idealistic) ส่วนคนที่มาอายุมากมักเน้นการปฏิบัติ (Pragmatic) นอกจากนี้อายุจะสัมพันธ์กับความคิดแล้ว อายุยังเป็นปัจจัยในการกำหนดความยากง่าย แรงจูงใจ เมื่ออายุยิ่งมากขึ้นโอกาสในการถูกชักจูงก็จะเริ่มน้อยลง

2. เพศ (Sex) เพศหญิงหรือเพศชายมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องทัศนคติ ความคิด ค่านิยม เพศหญิงจะเกิดการชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย เพศชายมีการใช้เหตุผลมากกว่าเพศหญิง เพศหญิงมีความสามารถในการเข้าถึงจิตใจคนได้ดีกว่าเพศชาย

3. ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) ปฏิบัติการของเนื้อหา ข้อมูลสถานะทางสังคมนั้นส่งอิทธิพลต่อผู้รับข้อมูล ทำให้เกิดเป็นวัฒนธรรม หรือประสบการณ์ที่ความหลากหลาย และค่านิยม ทัศนคติที่แตกต่างกัน

4. การศึกษา (Education) เป็นอิทธิพลที่เป็นตัวแปรสำคัญในการเปิดรับสาร สามารถบอกได้ถึงความรู้ที่ผู้รับสารมี นอกจากความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาในสถาบันการศึกษาแล้วยังรวมถึงประสบการณ์ต่างๆ ที่ผู้รับสารมีอยู่เป็นส่งเสริมทัศนคติ ความคิด การรับรู้และตีความหมาย

กล่าวโดยสรุปคือ ลักษณะทางประชากรหรือประชากรศาสตร์ หมายถึงข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย สถานะ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะสามารถนำมาวิเคราะห์เหตุและแรงกระตุ้นภายนอกและพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่เป็นในแต่ละบุคคลจะส่งผลต่อพฤติกรรมต่างๆ และนำไปสู่การวางแผนการตลาด (Market Segmentation) โดยมีการนำข้อมูลมาเชื่อมโยงกับความต้องการของผู้บริโภคได้

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรต้น ทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน 2) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน 3) ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และตัวแปรตามได้แก่ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ผู้วิจัยจึงขอรายงานผลการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรม

2.6.1.1 งานวิจัยในประเทศ

วรรณรัชต์ แรงจริง (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ที่มีส่วนผสมแตกต่างกันของผู้บริโภค

ในกรุงเทพมหานคร” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างอายุ 18-50 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 305 คน พบว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ โดยมีค่า r เท่ากับ .364*** Sig. เท่ากับ .000 และพบว่าการเปิดรับข้อมูลของ การรีวิวนสินค้าจากบล็อกเกอร์ เว็บไซต์ และอินเทอร์เน็ต การเปิดรับข้อมูลจากสื่อเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ ซึ่งการเปิดรับสื่อ มีการเปิดรับข้อมูลในแต่ละเวลาที่แตกต่างกันออกไป

พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์ (2559) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “พฤติกรรมการเปิดรับ และ ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย” โดยเป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-37 ปี จำนวน 250 คน พบว่า มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยในระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.26 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.821 โดยมีการเปิดรับสื่อมากที่สุดผ่านเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ ยูทูป มีค่าเฉลี่ย 3.32 และ อินสตาแกรม มีค่าเฉลี่ย 2.83 ตามลำดับ และพบว่าการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวโดยมีค่า $B = .137$, $b = .105$, $S.E. = 0.41$, $t = 2.575$ และ $p = .101$

วิวรรธน์ ทองงามขำ (2562) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์” โดยเป็นการทำ วิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 400 คน พบว่าการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์สูงกับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา โดยมีค่ายอมรับ สมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า $r = .667***$ และ $Sig. = .000$ ซึ่งเป็นการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎหมายผ่านทางช่องทาง เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และเว็บไซต์ของสถาบัน

ภวรัญชน์รัตน์ ภูวิจิตร (2554) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน กับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมลดโลกร้อนของนิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยเป็นการทำวิจัยเชิงสำรวจ กับตัวอย่างที่ กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 420 คน พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมร่วมในการลดปัญหาภาวะโลกร้อน ซึ่งมีค่า $r = 0.270$ ผ่านการ เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์

ณัฐกานต์ มูลประเสริฐ (2562) ได้ทำวิจัยในหัวข้อ “การเปิดรับสื่อความรู้และ ทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย” โดยเป็น การวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างอายุต่ำกว่า 20 ปี ถึงมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน พบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค อยู่ในระดับน้อยมาก โดยยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า $r = .235$ sig. = .000

ซึ่งเป็นการเปิดรับสื่อผ่านทางช่องทางต่างๆ ทั้ง เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ โทรทัศน์ วิทยุออนไลน์ อินสตาแกรม โปสเตอร์ วิทยุ Podcast แผ่นพับ

2.6.1.2 งานวิจัยต่างประเทศ

William Young, Sally V. Russell, Chery A. Robinson and Ralf Barkemeyer (2017) ได้ทำวิจัยในหัวข้อ “โซเชียลมีเดียสามารถเป็นเครื่องมือในการลดขยะอาหารของผู้บริโภคหรือไม่การทดลองเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ค้าปลีกในอังกฤษ” (Can social media be a tool for reducing consumers' food waste? A behavior change experiment by a UK retailer.) ความสัมพันธ์ของโซเชียลมีเดียอย่าง เฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์กับการลดขยะอาหารของผู้บริโภค แต่ยังไม่มากเท่าผลของการบอกแบบปากต่อปาก และการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารข้อมูลเดิมนั้นเนื้อหาเดิมซ้ำๆ เป็นเรื่องควรระวัง

Tobias Greitemeyer (2016) ทำวิจัยในหัวข้อ “อิทธิพลของสื่อที่เอื้อต่อสังคมมีผลต่อพฤติกรรมทางสังคมเมื่อไรและเพราะเหตุใด ที่จะถูกเปิดเผยต่อการขอความช่วยเหลือและการรุกราน” (Effects of Prosocial Media on Social Behavior: When and Why Does Media Exposure Affect Helping and Aggression? กล่าวได้ว่า สื่อมีผลต่อพฤติกรรมความรุนแรง เนื่องจากเมื่อมีการเสพสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรงจากสื่อวิดีโอเกมมากเกินไป สามารถพฤติกรรมที่รุนแรงต่างๆ ได้ตามมา

Rahul Verma and Shreyas Sardesai (2014) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “การเปิดรับข่าวสารส่งผลต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงและความชอบทางการเมืองในอินเดียหรือไม่” (Does Media Exposure Affect Voting Behaviour and Political Preferences in India?) การเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก ชาวอิเล็กทรอนิกส์ นิตยสารมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวโน้มในการลงคะแนนเสียงของประชาชนเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นและลดลงของพรรค นิวเดลีอัมสเตอร์ดัม

ตารางที่ 2.1 : การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องระหว่างกาเปิดรับสื่อกับพฤติกรรม

ผู้วิจัย	การเปิดรับสื่อโทรทัศน์	การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์	การเปิดรับสื่อบล็อกเกอร์	การเปิดรับสื่อวิทยุ	การเปิดรับสื่อออนไลน์	การเปิดรับสื่อบนเฟซบุ๊ก	การเปิดรับสื่อบนอินสตาแกรม	การเปิดรับสื่อบนทวิตเตอร์	การเปิดรับสื่อบนยูทูบ	การเปิดรับสื่อบนไลน์	การเปิดรับสื่อบน Podcast	การเปิดรับสื่อบน Website	ผลรวม
วรรณรัชต์ (2562)			✓			✓	✓			✓		✓	5
พิจิตรา (2559)						✓	✓		✓				3
วิวรรณ (2562)						✓	✓					✓	3
ภวรัญชน์รัตน์ (2554)	✓	✓		✓	✓								4
ณัฐกานต์ (2562)	✓	✓		✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	9
William and Other(2017)						✓							1
Tobias (2016)					✓								1
Rahul and Other (2014)		✓				✓						✓	3
รวม	2	3	1	2	2	6	4	1	1	2	1	4	

จากตารางที่ 2.1 พบว่า งานวิจัยที่มีการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมมีช่องทางการเปิดรับสื่อดังต่อไปนี้มากที่สุด คือช่องทาง เฟซบุ๊ก พบจำนวน 6 งานวิจัย รองลงมา คือช่องทาง อินสตาแกรม ซึ่งเท่ากับช่องทางเว็บไซต์ พบจำนวน 4 งานวิจัย ลำดับต่อมาได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ พบจำนวน 3 งานวิจัย ถัดมาได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และไลน์ ในจำนวนงานวิจัยที่เท่ากันคือ 2 งานวิจัย และจำนวนน้อยที่สุดคือ บล็อกเกอร์ ทวิตเตอร์ ยูทูบ และ Podcast อย่างละ 1 งานวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรม ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) และนอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีความสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อผ่านทาง ดิกต็อก (Tiktok) ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบใหม่ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย ปัจจุบัน

2.6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการความรู้ที่มีผลต่อพฤติกรรม

2.6.2.1 งานวิจัยในประเทศ

อัจฉรา ประเสริฐสิน, อุไร จักษ์ตรีมงคล, กาญจนา ตระกูลวรกุล, อมารา วิสูตรานุกูล และ ดวงเนตร ธรรมกุล (2559) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาและตรวจสอบโมเดลอิทธิพลของความรู้ที่มีต่อการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน โดยมีเจตคติเกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเป็นตัวแปรส่งผ่าน” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนครราชสีมา จำนวน 266 คน พบว่าความรู้ที่มีต่อการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน มีค่า $X^2 = 113.50$, $df = 91$, $p = 0.66$ ซึ่งมีความสอดคล้องกันอย่างกลมกลืน นอกจากนี้ อิทธิพลของความรู้ยังเกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน ที่ส่งไปยังเจตคติเกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน ที่ขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.29

พรลดา ลีลาสุนทรวัฒนา (2552) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ความรู้ของผู้บริโภคด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อและการใช้สินค้ารักษาสิ่งแวดล้อม” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าความรู้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้ารักษาสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยขึ้นอยู่กับปัจจัย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และอัตรารายได้ ที่มีค่า X^2 รวมทั้ง 10 ข้อ เท่ากับ 101.846

ภาคิน เนาวรัตน์ภาส (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การรู้ความเข้าใจ ความคาดหวังทัศนคติ และพฤติกรรมในการใช้สื่อโทรทัศน์และเพชบุ๊กในกลุ่มเจนเรชันวาย” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าความรู้ความเข้าใจต่อพฤติกรรมการใช้ช่องทางสื่อโทรทัศน์และเพชบุ๊กอยู่ในระดับมาก โดยมีค่า $\bar{x} = 3.71$ ซึ่งอยู่ในระดับมาก

อัจฉรา แซ่เฮ้ง (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ความรู้ความสามารถในการถ่ายทอด การติดต่อสื่อสาร และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานของพนักงาน บริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่ง” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าความรู้ความสามารถมีอิทธิพลต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานของพนักงาน โดยมีค่า $\beta = 0.383$, $t = 5.703$, $\text{Sig.} = .000^*$, $R^2 = .233$, $F\text{-Value} = 15.716$, $P\text{-Value} = 0.05^*$

2.6.2.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Chin-Chung Tsai (2020) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Empirical study of knowledge with holding in cyberspace: Integrating protection motivation theory and theory of reasoned behavior” หรือ “การศึกษาเชิงประจักษ์ด้วยความรู้ในการครอบครองในโลกไซเบอร์ การบูรณาการทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกัน และทฤษฎีพฤติกรรมที่มีเหตุผล” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณกับตัวอย่างที่เป็นชาวจีนที่ใช้อินเทอร์เน็ต ด้วยการตอบแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 386 คนพบว่าความรู้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติ การศึกษาครั้งนี้ยังทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกว่าหากต้องการลดพฤติกรรมที่ไม่ดีในโลกไซเบอร์จำเป็นที่จะต้องทำให้เกิดความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้งานโลกไซเบอร์แก่ประชาชน

2.6.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรม

2.6.3.1 งานวิจัยในประเทศ

มาโนช พรหมปัญญา และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยทัศนคติต่อการท่องเที่ยววัด มีค่า $\beta = .267$ อยู่ในระดับมากที่สุด

ปิยภา เชาวประสิทธิ์ และไพบุลย์ อหารุ่งโรจน์ (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางโซเชียลมีเดียของผู้บริโภคเพศหญิงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าแฟชั่น พบผลรวมของระดับความคิดเห็นเกิดแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้าน โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้ ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลา มีค่า $r = -0.136^{**}$ ทัศนคติด้านราคา ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลา มีค่า $r = -0.124^{**}$ ทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่าย มีค่า $r = 0.128^{**}$ ทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลา มีค่า $r = -0.120^{*}$ ทัศนคติด้านบุคลากร ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลา มีค่า $r = -0.119^{*}$ ทัศนคติด้านลักษณะทางกายภาพ ต่อพฤติกรรมด้านความถี่ มีค่า $r = 0.122^{*}$ และต่อพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่าย มีค่า $r = 0.145^{**}$ และทัศนคติด้านกระบวนการ ต่อพฤติกรรมด้านความถี่ มีค่า $r = 0.132^{**}$ และต่อพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่าย มีค่า $r = 0.128^{*}$ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ทัตเทพ จันทรมณีกุล และสมัชชนันท์ เอกปัญญากุล (2565) ได้ทำวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของการเปิดรับ และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์บนทวิตเตอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยของกลุ่ม Generation Y แล Z” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีแฮชแท็กซีรีส์ไทยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่า $\beta = 0.146$ คือการมีทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรีส์ไทยในทางบวก จะส่งผลให้พฤติกรรมการรับชมซีรีส์ไทยบ่อยครั้ง

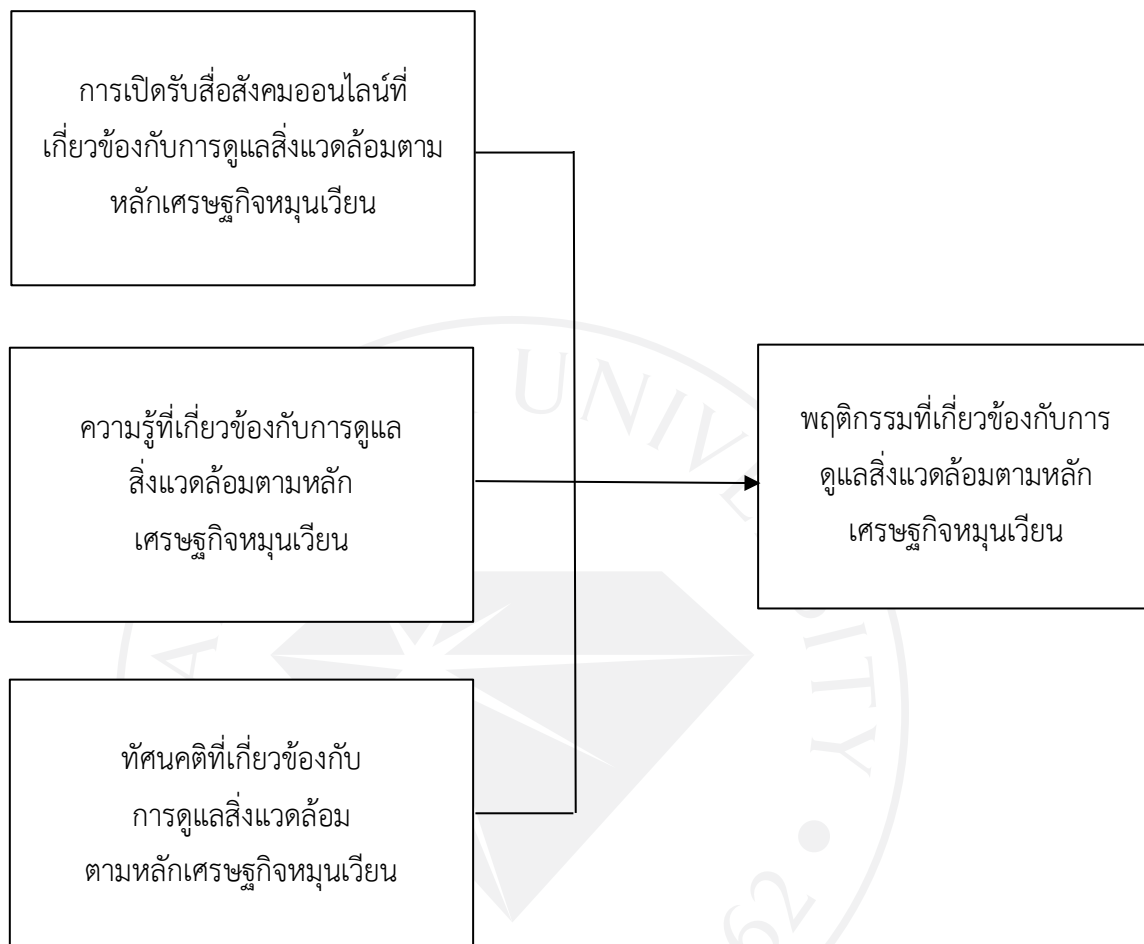
กฤตา ศรีสมวงศ์ และลีลา เตี้ยสูงเนิน (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อัจฉริยะประเภท Smartphone ในต่างประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่ามีค่า $r = 0.151$, P-value = 0.002* กล่าวคือ ผู้ที่ให้บริการที่ให้ความสำคัญกับทัศนคติแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในต่างประเทศที่แตกต่างกัน

2.6.3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Annika M. Wyss, Daria Knoch and Sebastian Berger (2022) ศึกษาเรื่อง “When and how pro-environmental attitudes turn into behavior: The role of costs, benefits, and self-control” หรือ “ทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมจะกลายเป็นพฤติกรรมเมื่อใดและอย่างไร ด้วยบทบาทของต้นทุน ผลประโยชน์ และการควบคุมตนเอง” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณกับตัวอย่างจำนวน 1,536 (n=1,536) พบว่า แม้นุชนุษย์จะมีความเข้าใจต่อเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ แต่หลายคนก็ยังมีช่องว่างต่อทัศนคติในการดูแลสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้จึงถูกศึกษาเพื่อชดเชยของบกพร่องโดยการหาแรงจูงใจ แนวโน้มและปัจจัยที่จะใช้เป็นโครงสร้างของพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อม และจากการศึกษาทัศนคติทำให้คาดเดาพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมได้ว่าการที่คนเกิดทัศนคติแต่ไม่เกิดพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมเมื่อคนมีต้นทุนส่วนบุคคลต่ำ หรือความต้องการประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมที่สูง ดังนั้นการที่จะทำให้คนเกิดพฤติกรรมต้องเกิดทัศนคติส่วนบุคคลหรืออาจจะต้องวางโครงสร้างในการดูแลสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

2.7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ภาพที่ 2.3 กรอบแนวความคิด



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถแบ่งขั้นตอนการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัยได้ดังนี้

- 3.1 ประเภทงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและตัวอย่าง
- 3.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- 3.6 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน
- 3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-administered Questionnaire) และนำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.2 ประชากรและตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือประชาชนที่เปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชาย เพศหญิง และ LGBTQ+

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานครรวมทั้ง 5,527,994 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตร G*Power ของ Cohen (1977) ในการคำนวณเพื่อกำหนดตัวอย่าง โดยใช้สถิติการถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ในการกำหนดค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) ในระดับกลาง และได้กำหนดค่าต่างๆ เพื่อใช้ในการคำนวณดังนี้

$$\text{Input Effect Size } f^2 = 0.15$$

α err prob	=	0.05
Power (1- β err prob)	=	0.95
Number of Predictors	=	3
Output Total Sample Size	=	119

ดังนั้น ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คำนวณตัวอย่างที่เหมาะสมได้จำนวน 119 คน แต่ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976) เพิ่มเติม โดยกำหนดระดับความน่าเชื่อถือ 95% และขนาดความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 5\%$ ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย จึงมีจำนวน 400 คน

3.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) แบ่งออกเป็น 3 ชั้น ซึ่งกรุงเทพมหานครได้มีการแบ่งกลุ่มตามการปฏิบัติงานของสำนักงานเขต เพื่อให้การปฏิบัติราชการมีความสอดคล้องกับพื้นที่ สังคม เศรษฐกิจ และการดำเนินชีวิตของประชาชน เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ดังตารางต่อไปนี้ (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2565)

1.1 เขตชั้นใน ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง ได้แก่ เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตยานนาวา เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตดุสิต เขตบางซื่อ เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตคลองเตย เขตจตุจักร เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตดินแดง เขตวัฒนา

ตารางที่ 3.1 : ตารางแสดงจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน

เขต	จำนวนประชากร
เขตพระนคร	43,062 คน
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	40,418 คน
เขตสัมพันธวงศ์	20,777 คน
เขตปทุมวัน	41,763 คน
เขตบางรัก	45,015 คน
เขตยานนาวา	75,076 คน
เขตสาทร	73,987 คน
เขตบางคอแหลม	80,978 คน
เขตดุสิต	81,494 คน
เขตบางซื่อ	120,718 คน
เขตพญาไท	66,212 คน
เขตราชเทวี	67,735 คน
เขตห้วยขวาง	83,278 คน
เขตคลองเตย	91,636 คน
เขตจตุจักร	154,146 คน
เขตธนบุรี	101,217 คน
เขตคลองสาน	67,579 คน
เขตบางกอกน้อย	101,511 คน
เขตบางกอกใหญ่	62,650 คน
เขตดินแดง	112,814 คน
เขตวัฒนา	81,382 คน
รวม	1,613,448 คน

1.2 เขตชั้นกลาง ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง ได้แก่ เขตพระโขนง เขตประเวศ เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตบางพลัด เขตภาษีเจริญ เขตจอมทอง เขตราชบุรีบูรณะ เขตสวนหลวง เขตบางนา เขตทุ่งครุ เขตบางแค เขตวังทองหลาง เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตสายไหม

ตารางที่ 3.2: ตารางแสดงจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครชั้นกลาง

เขต	จำนวนประชากร
เขตพระโขนง	87,018 คน
เขตประเวศ	181,632 คน
เขตบางเขน	186,200 คน
เขตบางกะปิ	142,574 คน
เขตลาดพร้าว	115,602 คน
เขตบึงกุ่ม	139,334 คน
เขตบางพลัด	88,290 คน
เขตภาษีเจริญ	122,824 คน
เขตจอมทอง	145,771 คน
เขตราชบุรีบูรณะ	77,509 คน
เขตสวนหลวง	122,824 คน
เขตบางนา	87,053 คน
เขตทุ่งครุ	123,392 คน
เขตบางแค	192,431 คน
เขตวังทองหลาง	105,901 คน
เขตคันนายาว	95,636 คน
เขตสะพานสูง	95,922 คน
เขตสายไหม	206,831 คน
รวม	2,316,744 คน

1.3 เขตชั้นนอก ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง ได้แก่ เขตมีนบุรี เขตดอนเมือง เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตตลิ่งชัน เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตหลักสี่ เขตคลองสามวา เขตบางบอน เขตทวีวัฒนา

ตารางที่ 3.3 : ตารางแสดงจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครชั้นนอก

เขต	จำนวนประชากร
เขตมีนบุรี	141,374 คน
เขตดอนเมือง	167,921 คน
เขตหนองจอก	178,856 คน
เขตลาดกระบัง	178,424 คน
เขตตลิ่งชัน	102,469 คน
เขตหนองแขม	155,360 คน
เขตบางขุนเทียน	184,994 คน
เขตหลักสี่	100,534 คน
เขตคลองสามวา	206,437 คน
เขตบางบอน	102,635 คน
เขตทวีวัฒนา	78,798 คน
รวม	1,597,802 คน

2. การเลือกตัวอย่างแบบจับสลาก คือ การสุ่มจับสลากเลือกเขตการปกครองของ กรุงเทพมหานครที่ได้แบ่งออกเป็น 3 เขต เพื่อเป็นตัวแทนของประชากร โดยมีวิธีการคำนวณหาขนาดตัวอย่างแต่ละเขตตามสูตร ดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนประชากรของเขตพื้นที่ X ขนาดตัวอย่าง}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}} = \text{จำนวนประชากรที่ต้องการ}$$

แทนค่า

เขตชั้นใน มีจำนวนทั้งหมด 1,613,448 คน

$$\frac{1,613,448 \times 400}{5,527,994} = 116.74 \approx 117$$

เขตชั้นกลาง มีจำนวนทั้งหมด 2,316,744 คน

$$\frac{2,316,744 \times 400}{5,527,994} = 167.63 \approx 168$$

เขตชั้นใน มีจำนวนทั้งหมด 1,597,802 คน

$$\frac{1,597,802 \times 400}{5,527,994} = 115.61 \approx 115$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างรวมกันได้ 400 คน

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปจัดทำในรูปแบบของแบบสอบถามออนไลน์ และนำไปให้ตัวอย่างตอบคำถามคัดกรอง ดังนี้

1. คุณรู้จักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) หรือ 5R: Reduce, Reuse, Rethink, Recycle, Repair หรือไม่
 - รู้จัก
 - ไม่รู้จัก (จบแบบสอบถาม)
2. ท่านอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครหรือไม่
 - ใช่ (ข้ามไปให้กรอกว่าอยู่เขตใดในกรุงเทพมหานคร)
 - ไม่ใช่ (ข้ามไปให้กรอกว่าอยู่จังหวัดใด)

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารต่างๆ เพื่อใช้ในการวิจัยโดยคำถามเป็นการใช้คำถามแบบปิด เพื่อครอบคลุมสิ่งที่ต้องการศึกษาและวิจัย โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองว่าคุณรู้จักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) หรือ 5R: Reduce, Reuse, Rethink, Recycle, Repair หรือไม่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งหมด 5 รูปแบบ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ ตี๊กต็อก โดยใช้การวัดค่าข้อมูลแบบสอบถามประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) โดยกำหนดค่าทั้งหมด 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

บ่อยที่สุด	=	4
บ่อย	=	3
น้อย	=	2
น้อยที่สุด	=	1
ไม่เปิดเลย	=	0

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจ หมุนเวียน

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจ หมุนเวียน โดยใช้การวัดค่าข้อมูลแบบสอบถามประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) โดยกำหนดค่าทั้งหมด 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

จริงที่สุด	=	4
จริง	=	3
ไม่จริง	=	2
ไม่จริงเลย	=	1

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจ หมุนเวียน โดยใช้การวัดค่าข้อมูลแบบสอบถามประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) โดยกำหนดค่าทั้งหมด 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

จริงที่สุด	=	4
จริง	=	3
ไม่จริง	=	2
ไม่จริงเลย	=	1

3.6 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

1. คุณรู้จักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) หรือ 5R: Reduce, Reuse, Rethink, Recycle, Repair หรือไม่
 - รู้จัก
 - ไม่รู้จัก
2. ท่านอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครหรือไม่
 - ใช่
 - ไม่ใช่
3. ท่านอาศัยอยู่ในเขตใด
4. ท่านอาศัยอยู่ในจังหวัดใด

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากร

ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลลักษณะทางประชากรออกเป็นกลุ่มและวัดผลเป็นแบบจำนวนร้อยละ ดังนี้

1. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
 - LGBTQ+
2. อายุ
 - ต่ำกว่า 18 ปี
 - 18-25 ปี
 - 26-35 ปี
 - 36-45 ปี
 - 46-60 ปี
 - 61 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 - จบการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี
 - กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 - จบการศึกษาระดับปริญญาตรี
 - จบการศึกษามากกว่าระดับปริญญาตรี

4. อาชีพ

- นักเรียน นักศึกษา
- ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- รับจ้างอิสระ (Freelance)
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ โปรดระบุ _____

5. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 9,000 บาท
- 9,000 – 15,000 บาท
- 15,001 – 30,000 บาท
- 30,001 – 70,000 บาท
- 70,001 – 100,000 บาท
- มากกว่า 100,000 บาท

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนตามรูปแบบของสื่อได้แก่

1. เฟซบุ๊ก (Facebook)
2. ทวิตเตอร์ (Twitter)
3. อินสตาแกรม (Instagram)
4. ยูทูบ (Youtube)
5. ตี๊กต็อก (Tiktok)

วัดระดับแรงจูงใจด้วยมาตราวัด 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับบ่อยที่สุด	=	4
ระดับบ่อย	=	3
ระดับน้อย	=	2
ระดับน้อยที่สุด	=	1
ระดับไม่เปิดเลย	=	0

หลังจากได้คะแนนทั้งหมดแล้วผู้วิจัยจะนำมาสรุปผลรวมคะแนน และนำคะแนนที่ได้มาเฉลี่ย เพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อในแต่ละรูปแบบ คะแนนเต็ม 4 คะแนน โดยกำหนดการแปลความ

หมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ยโดยเฉลี่ยของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดช่วงของการวัดดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{4-0}{5} = 0.8$$

ผู้วิจัยจะนำค่าเฉลี่ย 0.8 มาใช้ในการคิดช่วงค่าคะแนนเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ค่าเฉลี่ย 3.21 – 4.00 คะแนน	หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 2.41 – 3.20 คะแนน	หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 1.61 – 2.40 คะแนน	หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 0.81 – 1.60 คะแนน	หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 0.00 – 0.80 คะแนน	หมายถึง ไม่มีการเปิดรับสื่อเลย

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการวัดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยใช้ข้อคำถามแบบตอบถูกและผิด ซึ่งมีมาตราวัดระบบดังต่อไปนี้

ตอบถูก	ให้	1	คะแนน
ตอบผิด	ให้	0	คะแนน

หลังจากได้คะแนนทั้งหมดแล้วผู้วิจัยจะนำมาสรุปผลรวมคะแนน และนำคะแนนที่ได้มาเฉลี่ย เพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ยของความรู้ในแต่ละรูปแบบ คะแนนเต็ม 12 คะแนน โดยกำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ยโดยเฉลี่ยของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดช่วงของการวัดดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{12-0}{4} = 3$$

ผู้วิจัยจะนำค่าเฉลี่ย 3 มาใช้ในการบรรยายค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ค่าเฉลี่ย 9.01 – 12.00 คะแนน	หมายถึง มีความรู้ในระดับมากที่สุด
------------------------------	-----------------------------------

ค่าเฉลี่ย 6.01 – 9.0 คะแนน	หมายถึง มีความรู้ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 3.01 – 6.00 คะแนน	หมายถึง มีความรู้ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 0.00 – 3.00 คะแนน	หมายถึง มีความรู้ในระดับน้อยที่สุด

เมื่อสรุปรวมค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน สามารถแปลความหมายได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 9.01 – 12.00 คะแนน	หมายถึง มีความรู้ในระดับดีมาก
ค่าเฉลี่ย 6.01 – 9.00 คะแนน	หมายถึง มีความรู้ในระดับดี
ค่าเฉลี่ย 3.01 – 6.00 คะแนน	หมายถึง มีความรู้ในระดับไม่ดี
ค่าเฉลี่ย 0.00 – 3.00 คะแนน	หมายถึง มีความรู้ในระดับไม่ดีเลย

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการวัดทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนตามแนวคิดของ Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993) โดยวัดภาพรวมของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนทั้งหมด วัดระดับทัศนคติด้วยมาตราวัด 4 ระดับดังต่อไปนี้

ระดับจริงที่สุด	=	4
ระดับจริง	=	3
ระดับไม่จริง	=	2
ระดับไม่จริงเลย	=	1

หลังจากได้คะแนนทั้งหมดแล้วผู้วิจัยจะนำมาสรุปผลรวมคะแนน และนำคะแนนที่ได้มาเฉลี่ยเพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ยของทัศนคติในแต่ละรูปแบบ คะแนนเต็ม 4 คะแนน โดยกำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ยโดยเฉลี่ยของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดช่วงของการวัดดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

ผู้วิจัยจะนำค่าเฉลี่ย 0.75 มาใช้ในการคิดช่วงค่าคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ค่าเฉลี่ย 3.26 – 4.00 คะแนน	หมายถึง มีทัศนคติในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.25 คะแนน	หมายถึง มีทัศนคติในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 1.76 – 2.50 คะแนน	หมายถึง มีทัศนคติในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.75 คะแนน	หมายถึง มีทัศนคติในระดับน้อยที่สุด

เมื่อสรุปรวมค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน สามารถแปลความหมายได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 3.26 – 4.00 คะแนน	หมายถึง มีทัศนคติในระดับดีมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.25 คะแนน	หมายถึง มีทัศนคติในระดับดี
ค่าเฉลี่ย 1.76 – 2.50 คะแนน	หมายถึง มีทัศนคติในระดับไม่ดี
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.75 คะแนน	หมายถึง มีทัศนคติในระดับไม่ดีเลย

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Roger, 1978) โดยวัดภาพรวมของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนทั้งหมด วัดระดับพฤติกรรมด้วยมาตราวัด 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับจริงที่สุด	=	4
ระดับจริง	=	3
ระดับไม่จริง	=	2
ระดับไม่จริงเลย	=	1

หลังจากได้คะแนนทั้งหมดแล้วผู้วิจัยจะนำมาสรุปผลรวมคะแนน และนำคะแนนที่ได้มาเฉลี่ย เพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมในแต่ละรูปแบบ คะแนนเต็ม 4 คะแนน โดยกำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ยของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดช่วงของการวัดดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

ผู้วิจัยจะนำค่าเฉลี่ย 0.75 มาใช้ในการคิดช่วงค่าคะแนนเฉลี่ยระดับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ค่าเฉลี่ย 3.26 – 4.00 คะแนน	หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.25 คะแนน	หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 1.76 – 2.50 คะแนน	หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.75 คะแนน	หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับน้อยที่สุด

เมื่อสรุปรวมค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน สามารถแปลความหมายได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 3.26 – 4.00 คะแนน	หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับดีมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.25 คะแนน	หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับดี
ค่าเฉลี่ย 1.76 – 2.50 คะแนน	หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับไม่ดี
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.75 คะแนน	หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับไม่ดีเลย

3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงและการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือแบบสอบถามก่อนที่จะทำการเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ก่อนผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ให้สอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการในแต่ละองค์ประกอบของตัวแปร และความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity) คือความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) โดยอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาพร้อมคำแนะนำ แก้ไขและปรับแก้แบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ จำนวน 3 คน ตรวจสอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของแบบทดสอบกับจุดประสงค์ (IOC : Index of Item Objective Congruence) ซึ่งเป็นสูตรของโลวินลลี และแฮมเบิลตัน (Rowinelli & Hambleton, 1977) ใช้ทดลองกับตัวอย่าง (Tryout) จำนวน 40 คน เพื่อทำการหาความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยใช้การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนเก็บข้อมูล ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำ ปรับปรุงให้ถูกต้องเหมาะสม ตรวจสอบเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาการสื่อความหมายและให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม หลังจากปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาจึงนำไปเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ รศ.ดร.พรพรหม ชมงาม ผศ.ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา และผศ.ดร.รองอาจ สิงห์ลำพอง เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ จากนั้น

รวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด

เกณฑ์ที่ใช้ในการวัดค่าดัชนี IOC โดยพิจารณาข้อคำถามที่มีค่า IOC สูงกว่า หรือเท่ากับ 0.50 จะเป็นข้อคำถามที่มีค่าความเที่ยงตรง สามารถนำไปใช้ได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่าต่ำกว่า 0.50 จะยังไม่สามารถใช้ได้ ต้องมีการนำไปปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญโดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$IOC = \frac{(\Sigma R)}{N}$$

Σ หมายถึง ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
 R หมายถึง คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ
 N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.4: การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม (ΣR)	IOC	การแปลผล
	1	2	3			
การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน						
1	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
2	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
3	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
4	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
5	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.4 (ต่อ): การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพ
เครื่องมือ

ข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม (ΣR)	IOC	การแปลผล
	1	2	3			
ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน						
1	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
2	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
3	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
4	+1	+1	0	2	0.67	ปรับข้อความ ตามข้อเสนอแนะ
5	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
6	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
7	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
8	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
9	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
10	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
11	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
12	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน						
ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive)						
1	+1	0	+1	2	0.67	ปรับข้อความ ตามข้อเสนอแนะ
2	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
3	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
4	+1	+1	0	2	0.67	ปรับข้อความ ตามข้อเสนอแนะ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.4 (ต่อ): การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพ
เครื่องมือ

ข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม (ΣR)	IOC	การแปลผล
	1	2	3			
ด้านความรู้สึกรู้สึก (Affective)						
1	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
2	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
3	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
4	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
พฤติกรรม (Behavioral)						
1	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
2	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
3	+1	+1	0	2	0.67	คัดเลือก
4	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน						
Reduce						
1	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
2	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
3	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
4	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
Reuse						
1	+1	+1	0	2	0.67	ปรับข้อความ ตามข้อเสนอแนะ
2	+1	+1	0	2	0.67	ปรับข้อความ ตามข้อเสนอแนะ
3	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
4	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.4 (ต่อ): การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพ
เครื่องมือ

ข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม (ΣR)	IOC	การแปลผล
	1	2	3			
Rethink						
1	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
2	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
3	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
4	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
Recycle						
1	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
2	+1	+1	0	2	0.67	ปรับข้อความ ตามข้อเสนอแนะ
3	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
4	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
Repair						
1	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
2	+1	+1	0	2	0.67	ปรับข้อความ ตามข้อเสนอแนะ
3	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก
4	+1	+1	+1	3	1.00	คัดเลือก

2. การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

หลังจากที่ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างที่มีลักษณะ
ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 ชุด และนำผลการทดสอบมาหาค่าความเชื่อมั่น
ใช้วิธีการคำนวณทางสถิติเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการทดสอบความ
น่าเชื่อถือของ Cronbach (1970) เป็นการหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์อัลฟา (Alpha-Coefficient/ α) มีสูตร
การคำนวณดังนี้

$$\text{สูตร } \alpha = 1 - \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right]$$

เมื่อ α = ค่าความน่าเชื่อถือ

$$S_i^2 = \text{ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมแต่ละข้อ}$$

$$S_x^2 = \text{ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวม}$$

$$k = \text{จำนวนข้อในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม}$$

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม สำหรับคำถามที่มีเกณฑ์การวัดให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คือเฉพาะส่วนที่ผู้วิจัยสามารถนำมาตีค่าเป็นคะแนนได้ และหลังจากการแจกแบบสอบถามจำนวน 40 ชุดให้กับตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วจึงนำผลการสำรวจมาวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป จนได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α) ดังตาราง 3.5

ตารางที่ 3.5: ตารางแสดงผลค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในส่วนข้อคำถามที่มีการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	.740
ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	.704
ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	.737
พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	.899

จากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟาของแบบสอบถามจำแนกรายตัวแปรแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) ดังนั้นแบบสอบถามจึงสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงได้

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลมาลงรหัสเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจะใช้โปรแกรม SPSS ในการประมวลผล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อใช้อธิบายปัจจัยด้านลักษณะประชากรของผู้ที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลรูปแบบของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติเกี่ยวกับการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำมาอธิบายข้อมูลทางด้าน
 - 1.1 ลักษณะทางประชากร
 - 1.2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
 - 1.3 ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
 - 1.4 ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
 - 1.5 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
2. การวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติเชิงอนุมาน จากสมมติฐานการวิจัยข้างต้นผู้วิจัยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยสามารถแบ่งนำเสนอออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

- 4.1 ลักษณะทางประชากรที่การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
- 4.2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
- 4.3 ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
- 4.4 ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
- 4.5 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
- 4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.1 ลักษณะทางประชากรที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของตัวอย่างดังตารางที่ 4.1-4.5

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	136	34.00
หญิง	241	60.25
LGBTQ+	23	5.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จำนวนตัวอย่าง 400 คน มีเพศหญิงมากกว่าครึ่งของตัวอย่างโดยมีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และมี LGBTQ+ น้อยที่สุดจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-25 ปี	73	18.25
26-35 ปี	205	51.25
36-45 ปี	94	23.50
46-60 ปี	25	6.25
61 ปีขึ้นไป	3	0.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า จำนวนตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 26-35 ปี โดยมีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาเป็นอายุ 36-45 ปี มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อายุ 18-25 ปี มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 อายุ 46-60 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และน้อยที่สุดเป็นอายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 : แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จบการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี	35	8.75
กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	94	23.50
จบการศึกษาระดับปริญญาตรี	198	49.50
จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี	73	18.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า เกือบครึ่งหนึ่งเป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาเป็นผู้ที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และน้อยที่สุดเป็นผู้ที่จบการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	39	9.75
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	54	13.50
พนักงานบริษัทเอกชน	195	48.75
รับจ้างอิสระ (Freelance)	56	14.00
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	56	14.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า จำนวนตัวอย่าง 400 คน เกือบครึ่งเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมาเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ (Freelance) จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 เท่ากับผู้ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และผู้ที่ประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 9,000 บาท	20	5.00
9,000 – 15,000 บาท	23	5.75
15,001 – 30,000 บาท	63	15.75
30,001 – 70,000 บาท	166	41.50
70,001 – 100,000 บาท	116	29.00
มากกว่า 100,000 บาท	12	3.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า จำนวนตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 70,000 บาท จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 100,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,000 – 15,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 9,000 บาท

จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และน้อยที่สุดเป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 100,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

4.2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย 5 ช่องทางสื่อ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ยูทูบ (Youtube) และติ๊กต็อก (Tiktok) โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยดังตาราง 4.6

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ และติ๊กต็อก

ช่องทางการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.
	บ่อยที่สุด	บ่อย	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เปิดเลย		
	4	3	2	1	0		
1. เฟซบุ๊ก (Facebook)	128 (32.00)	160 (40.00)	97 (24.25)	9 (2.25)	6 (1.50)	2.99 (มาก)	.89
2. ทวิตเตอร์ (Twitter)	56 (14.00)	156 (39.00)	108 (27.00)	40 (10.00)	40 (10.00)	2.37 (น้อย)	1.15
3. อินสตาแกรม (Instagram)	102 (25.50)	180 (45.00)	76 (19.00)	30 (7.50)	12 (3.00)	2.82 (มาก)	1.00
4. ยูทูบ (Youtube)	105 (26.25)	220 (55.00)	49 (12.25)	18 (4.50)	8 (2.00)	2.99 (มาก)	.87
5. ติ๊กต็อก (Tiktok)	79 (19.75)	165 (41.25)	61 (15.25)	45 (11.25)	50 (12.50)	2.45 (น้อย)	1.27
รวมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน						2.72 (มาก)	.69

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนอยู่ที่ 2.72 ดังนั้นจากตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนอยู่ในระดับมาก และแบ่งช่องทางการเปิดรับสื่อเป็น 5 ช่องทาง ซึ่งปรากฏผลดังนี้

1. เฟซบุ๊ก (Facebook) ผู้ที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เกือบครึ่งของตัวอย่างตอบ “บ่อย” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาตอบ “บ่อยที่สุด” จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 ลำดับต่อมาตอบ “น้อย” จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ลำดับต่อมาตอบ “น้อยที่สุด” จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และตัวอย่างที่ตอบ “ไม่เคยเปิดเลย” มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.99 หมายความว่าเปิดรับสื่อในระดับมาก

2. ทวิตเตอร์ (Twitter) ผู้ที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ส่วนมากของตัวอย่างตอบ “บ่อย” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาตอบ “น้อย” จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ลำดับต่อมาตอบ “บ่อยที่สุด” จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ลำดับต่อมาตอบ “น้อยที่สุด” จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เท่ากับ ตัวอย่างที่ตอบ “ไม่เคยเปิดเลย” มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.37 หมายความว่าเปิดรับสื่อในระดับน้อย

3. อินสตาแกรม (Instagram) ผู้ที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เกือบครึ่งของตัวอย่างตอบ “บ่อย” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาตอบ “บ่อยที่สุด” จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ลำดับต่อมาตอบ “น้อย” จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ลำดับต่อมาตอบ “น้อยที่สุด” จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และตัวอย่างที่ตอบ “ไม่เคยเปิดเลย” มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.82 หมายความว่าเปิดรับสื่อในระดับมาก

4. ยูทูป (Youtube) ผู้ที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เกินครึ่งของตัวอย่างตอบ “บ่อย” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาตอบ “บ่อยที่สุด” จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ลำดับต่อมาตอบ “น้อย” จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ลำดับต่อมาตอบ “น้อยที่สุด” จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และตัวอย่างที่ตอบ “ไม่เคยเปิดเลย” มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.99 หมายความว่าเปิดรับสื่อในระดับมาก

5. ทิกต็อก (Tiktok) ผู้ที่เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ส่วนมากของตัวอย่างตอบ “บ่อย” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาตอบ “บ่อยที่สุด” จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 ลำดับต่อมาตอบ “น้อย” จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่เคยเปิดเลย” มีจำนวน 50 คน

คิดเป็นร้อยละ 12.50 และตัวอย่างที่ตอบ “น้อยที่สุด” จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.45 หมายความว่าเปิดรับสื่อในระดับน้อย

ภาพรวมของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมีค่าเฉลี่ย 2.72 อยู่ในระดับมาก โดยมากเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูบ (Youtube) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยเท่ากันได้แก่ 2.99 อยู่ในระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับมาก โดยเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .89 ยูทูบ (Youtube) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .87 รองลงมาคือการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน อินสตาแกรม (Instagram) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 อยู่ในระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับมาก มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 ลำดับถัดมาคือ ตี๊กต็อก (Tiktok) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 อยู่ในระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับน้อย มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.27 และทวิตเตอร์ (Twitter) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 อยู่ในระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับน้อย มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.15

4.3 ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการวัดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ผ่านข้อคำถามรูปแบบใช่หรือไม่ใช่ ทั้งหมด 12 ข้อ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของตัวอย่างดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7: แสดงการตอบคำถามจำนวน ร้อยละ ที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมของตัวอย่าง

ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	คำตอบ	
	คะแนนที่ถูกต้อง	คะแนนที่ตอบผิด
1. **วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อม คือ การใช้ทรัพยากร ครั้งเดียวแล้วทิ้ง เพื่อความปลอดภัยในสุขอนามัย	281 (70.25)	119 (29.75)
2. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมมุ่งเน้นในการใช้ทรัพยากร ให้เกิดประโยชน์สูงสุด	328 (82.00)	72 (18.00)
3. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมช่วยลดปริมาณการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก	335 (83.75)	65 (16.25)
4. **การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิด มลพิษต่อธรรมชาติ	235 (58.75)	165 (41.25)
5. **หลักการของการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นการ เลือกใช้ทรัพยากรในทิศทางเดียว	217 (54.25)	183 (45.75)
6. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมเน้นการออกแบบที่ยั่งยืน บำรุงรักษาซ่อมแซม นำกลับมาใช้ใหม่ และการใช้ซ้ำ	325 (81.25)	75 (18.75)
7. ข้อดีของการดูแลสิ่งแวดล้อมคือ ลดค่าใช้จ่ายและ เพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว	289 (72.25)	111 (27.75)
8. **Reduce คือการเลือกที่จะใช้ทรัพยากร ตาม ความต้องการของตนเอง	195 (48.75)	205 (51.25)
9. **การ Recycle อย่างเดียวเพียงพอต่อการทำ กิจกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อม	211 (52.75)	189 (47.25)
10. **การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ต้องทำเฉพาะ หน่วยงาน ประชาชนทั่วไปไม่สามารถทำได้	268 (67.00)	132 (33.00)
11. การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกวัยสามารถทำ ร่วมกันได้	350 (87.50)	50 (12.50)
12. การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่าเป็น หลักสำคัญในการดูแลสิ่งแวดล้อม	341 (85.25)	59 (14.75)

หมายเหตุ: **ข้อความเชิงลบ ดังนั้น คะแนนจึงถูกปรับให้มีค่าไปในทิศทางเดียวกับข้ออื่นๆ เพื่อ
คำนวณค่าเฉลี่ยความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยรวม

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จากการทดสอบความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของตัวอย่าง ทั้งหมด 12 ข้อ ซึ่งปรากฏผลดังนี้

1. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อม คือ การใช้ทรัพยากรครั้งเดียวแล้วทิ้ง เพื่อความปลอดภัยในสุขอนามัย มีคนตอบถูกต้อง 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 ตอบผิด 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75
2. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมมุ่งเน้นในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีคนตอบถูกต้อง 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00 ตอบผิด 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00
3. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก มีคนตอบถูกต้อง 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.75 ตอบผิด 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25
4. การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อธรรมชาติ มีคนตอบถูกต้อง 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 ตอบผิด 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25
5. หลักการของการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นการเลือกใช้ทรัพยากรในทิศทางเดียว มีคนตอบถูกต้อง 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 ตอบผิด 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75
6. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมเน้นการออกแบบที่ยั่งยืน บำรุงรักษาซ่อมแซม นำกลับมาใช้ใหม่ และการใช้ซ้ำ มีคนตอบถูกต้อง 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 ตอบผิด 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75
7. ข้อดีของการดูแลสิ่งแวดล้อมคือ ลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว มีคนตอบถูกต้อง 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 ตอบผิด 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75
8. Reduce คือการเลือกที่จะใช้ทรัพยากร ตามความต้องการของตนเอง มีคนตอบถูกต้อง 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 ตอบผิด 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25
9. การ Recycle อย่างเดียวเพียงพอต่อการทำกิจกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อม มีคนตอบถูกต้อง 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 ตอบผิด 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25
10. การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ต้องทำเฉพาะหน่วยงาน ประชาชนทั่วไปไม่สามารถทำได้ มีคนตอบถูกต้อง 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 ตอบผิด 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00
11. การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกวัยสามารถทำร่วมกันได้ มีคนตอบถูกต้อง 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ตอบผิด 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50
12. การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่าเป็นหลักสำคัญในการดูแลสิ่งแวดล้อม มีคนตอบถูกต้อง 341 คน คิดเป็นร้อยละ 85.25 ตอบผิด 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75

ตารางที่ 4.8: แสดงค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนความรู้ที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมของตัวอย่าง

ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	ค่าคะแนน	
	ค่าเฉลี่ย	S.D.
1. **วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อม คือ การใช้ทรัพยากร ครั้งเดียวแล้วทิ้ง เพื่อความปลอดภัยในสุขอนามัย	.70	.46
2. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมมุ่งเน้นในการใช้ทรัพยากร ให้เกิดประโยชน์สูงสุด	.82	.38
3. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมช่วยลดปริมาณการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก	.84	.37
4. **การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิด มลพิษต่อธรรมชาติ	.59	.49
5. **หลักการของการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นการ เลือกใช้ทรัพยากรในทิศทางเดียว	.54	.50
6. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมเน้นการออกแบบที่ยั่งยืน บำรุงรักษาซ่อมแซม นำกลับมาใช้ใหม่ และการใช้ซ้ำ	.81	.39
7. ข้อดีของการดูแลสิ่งแวดล้อมคือ ลดค่าใช้จ่ายและ เพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว	.72	.45
8. **Reduce คือการเลือกที่จะใช้ทรัพยากร ตาม ความต้องการของตนเอง	.49	.50
9. **การ Recycle อย่างเดียวเพียงพอต่อการทำ กิจกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อม	.53	.50
10. **การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ต้องทำเฉพาะ หน่วยงาน ประชาชนทั่วไปไม่สามารถทำได้	.67	.47
11. การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกวัยสามารถทำ ร่วมกันได้	.88	.33
12. การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่าเป็น หลักสำคัญในการดูแลสิ่งแวดล้อม	.85	.36
ค่าคะแนนความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแล สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยรวม	8.44 (มาก)	2.54

หมายเหตุ: **ข้อความเชิงลบ ดังนั้น คะแนนจึงถูกปรับให้มีค่าไปในทิศทางเดียวกับข้ออื่นๆ เพื่อคำนวณค่าเฉลี่ยความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยรวม

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของตัวอย่าง จากทั้งหมด 12 ข้อ ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนอยู่ที่ 8.44 ค่า S.D. 2.54 ดังนั้นจากตัวอย่างสรุปได้ว่ามีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนอยู่ในระดับมาก

4.4 ทศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยดังตาราง 4.9

ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ทศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	จริงที่สุด 4	จริง 3	ไม่จริง 2	ไม่จริงเลย 1		
ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive)						
1. ท่านคิดว่าวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมสามารถช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมให้กับโลกได้	130 (32.50)	208 (52.00)	58 (14.50)	4 (1.00)	3.16 (มาก)	.70
2. ท่านคิดว่าการดูแลสิ่งแวดล้อมช่วยให้มีทรัพยากรใช้อย่างยั่งยืน	130 (32.50)	225 (56.25)	44 (11.00)	1 (0.25)	3.21 (มาก)	.63

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม
ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตาม หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	จริง ที่สุด 4	จริง 3	ไม่จริง 2	ไม่จริง เลย 1		
3. ท่านคิดว่าวิธีการดูแล สิ่งแวดล้อมเป็นการใช้ ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ สูงสุด	143 (35.75)	228 (57.00)	25 (6.25)	4 (1.00)	3.28 (มากที่สุด)	.62
4. ท่านคิดว่าวิธีการดูแล สิ่งแวดล้อมสามารถลด ปริมาณก๊าซเรือนกระจกสู่ ชั้นบรรยากาศโลกได้	120 (30.00)	224 (56.00)	52 (13.00)	4 (1.0)	3.15 (มาก)	.67
รวมความรู้ความเข้าใจ (Cognitive)					3.20 (มาก)	.49
ด้านความรู้สึก (Affective)						
5. **ท่านรู้สึกว่าการดูแล สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่น่าเบื่อ ในปัจจุบัน	69 (17.25)	94 (23.50)	191 (47.75)	46 (11.50)	2.47 (มาก)	.91
6. ท่านรู้สึกว่าการดูแล สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทำได้ สะดวก	66 (16.50)	236 (59.00)	88 (22.00)	10 (2.50)	2.90 (มาก)	.69
7. ท่านรู้สึกสบายใจทุกครั้ง ที่ได้ทำกิจกรรมดูแลสิ่ง แวดล้อมในชีวิตประจำวัน	97 (24.25)	252 (63.00)	50 (12.50)	1 (0.25)	3.11 (มากที่สุด)	.60
8. **ท่านรู้สึกว่าการทำ กิจกรรมดูแลสิ่งแวดล้อม เป็นเรื่องที่ยุ่ยากในชีวิต ประจำวัน	36 (9.00)	110 (27.50)	212 (53.00)	42 (10.50)	2.36 (มาก)	.79
รวมด้านความรู้สึก (Affective)					2.71 (มาก)	.45

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	จริงที่สุด 4	จริง 3	ไม่จริง 2	ไม่จริงเลย 1		
พฤติกรรม (Behavioral)						
9. ท่านแนะนำเพื่อนให้รู้จักวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อม	57 (14.25)	258 (64.50)	74 (18.50)	11 (2.75)	2.90 (มาก)	.66
10. ท่านเลือกซื้อสินค้าในชีวิตประจำวันที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	61 (15.25)	276 (69.00)	60 (15.00)	3 (0.75)	2.99 (มาก)	.58
11. ท่านเป็นผู้นำกระแสการใช้ของที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้กับเพื่อนๆ	37 (9.25)	229 (57.25)	115 (28.75)	19 (4.75)	2.71 (มาก)	.70
12. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมการดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น เก็บขยะริมทะเล	45 (11.25)	228 (57.00)	102 (25.50)	25 (6.25)	2.73 (มาก)	.74
รวมด้านพฤติกรรม (Behavioral)					2.83 (มาก)	.47
รวม					2.91 (มาก)	.31

หมายเหตุ: **ข้อความเชิงลบ ดังนั้น คะแนนจึงถูกปรับให้มีค่าไปในทิศทางเดียวกับข้ออื่นๆ เพื่อคำนวณค่าเฉลี่ยทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยรวม

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนค่าคะแนนอยู่ที่ 2.91 ดังนั้นจากตัวอย่างมีทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนอยู่ในระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .31 และแบ่งองค์ประกอบของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็น 3 องค์ประกอบซึ่งปรากฏผลดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) ประกอบไปด้วย

1.1 ท่านคิดว่าวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมสามารถช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมให้กับโลกได้ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 3.16 หมายความว่าทัศนคติในระดับมาก

1.2 ท่านคิดว่าวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมช่วยให้มีทรัพยากรใช้ได้อย่างยั่งยืน เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 3.21 หมายความว่าทัศนคติในระดับมาก

1.3 ท่านคิดว่าวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 3.28 หมายความว่าทัศนคติในระดับมากที่สุด

1.4 ท่านคิดว่าวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมสามารถลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศโลกได้ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 3.15 หมายความว่าทัศนคติในระดับมาก

ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ในองค์ประกอบของความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) โดนมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20 ดังนั้นจากตัวอย่างที่มีต่อวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในองค์ประกอบของความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) อยู่ในระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .49

2. ด้านความรู้สึก (Affective) ประกอบไปด้วย

2.1 ท่านรู้สึกว่าการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่น่าเบื่อในปัจจุบัน เกือบครึ่งหนึ่งตอบว่า “ไม่จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมาตอบ “จริง” จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.47 หมายความว่าทัศนคติในระดับมาก

2.2 ท่านรู้สึกว่าการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ได้สะดวก เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.90 หมายความว่า มีทัศนคติในระดับมาก

2.3 ท่านรู้สึกสบายใจทุกครั้งที่ได้ทำกิจกรรมดูแลสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 3.11 หมายความว่า มีทัศนคติในระดับมากที่สุด

2.4 ท่านรู้สึกว่าการทำกิจกรรมดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ยุ่งยากในชีวิตประจำวัน เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “ไม่จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาตอบ “จริง” จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริงเลย” จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และ “จริงที่สุด” มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.36 หมายความว่า มีทัศนคติในระดับมาก

ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในองค์ประกอบของด้านความรู้สึก (Affective) โดนมียาคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.71 ดังนั้นจากตัวอย่างที่มีต่อวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในองค์ประกอบของความรู้สึก (Affective) อยู่ในระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .58

3. พฤติกรรม (Behavioral) ประกอบไปด้วย

3.1 ท่านแนะนำเพื่อนให้รู้จักวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อม เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.90 หมายความว่า มีทัศนคติในระดับมาก

3.2 ท่านเลือกซื้อสินค้าในชีวิตประจำวันที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.99 หมายความว่า มีทัศนคติในระดับมาก

3.3 ท่านเป็นผู้นำกระแสการใช้ของที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้กับเพื่อนๆ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน

115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.71 หมายความว่าทัศนคติในระดับมาก

3.4 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมการดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น เก็บขยะริมทะเล เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.73 หมายความว่าทัศนคติในระดับมาก

ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในองค์ประกอบของด้านพฤติกรรม (Behavioral) โดนมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.83 ดังนั้นจากตัวอย่างที่มีต่อวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในองค์ประกอบของพฤติกรรม (Behavioral) อยู่ในระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .47

พบว่าจากตัวอย่างมีทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก โดยทัศนคติในด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือทัศนคติด้านด้านความรู้สึก (Affective) มีค่าเฉลี่ย 2.71 อยู่ในระดับมาก และทัศนคติด้านด้านพฤติกรรม (Behavioral) มีค่าเฉลี่ย 2.83 อยู่ในระดับมาก

4.5 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมตามหลัก 5R ที่มีต่อการสิ่งแวดล้อมของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยดังตาราง 4.10 ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R)	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	จริงที่สุด 3	จริง 2	ไม่จริง 1	ไม่จริงเลย 0		
Reduce						
1. ท่านปฏิเสธการใช้ถุงพลาสติกเมื่อซื้อสินค้าจากร้านค้า	86 (21.50)	245 (61.25)	68 (17.00)	1 (0.25)	2.04 (น้อย)	.63
2. ท่านปิดไฟ ถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน	97 (24.25)	263 (65.75)	33 (8.25)	7 (1.75)	2.13 (น้อย)	.62
3. ท่านพกแก้วส่วนตัวไปซื้อกาแฟ	65 (16.25)	227 (56.75)	92 (23.00)	16 (4.00)	1.85 (น้อย)	.73
4. ท่านเลือกเดินทางไปทำงานด้วยรถสาธารณะ	58 (14.50)	211 (52.75)	94 (23.50)	37 (9.25)	1.72 (น้อย)	.83
รวม Reduce					1.94 (น้อย)	.41
Reuse						
5. ท่านใช้กระดาษ 2 หน้าในการจดหรือพิมพ์งาน	104 (26.00)	248 (62.00)	41 (10.25)	7 (1.75)	2.12 (น้อย)	.65
6. ท่านทำของ D.I.Y. จากสิ่งของที่มีอยู่เป็นของใช้หรือของขวัญ	56 (14.00)	207 (51.75)	116 (29.00)	21 (5.25)	1.75 (น้อย)	.76
7. ท่านปลูกต้นไม้ในขวดพลาสติกใช้แล้วแทนกระถางพลาสติก	46 (11.50)	216 (54.00)	103 (25.75)	35 (8.75)	1.68 (น้อยที่สุด)	.79

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล
สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตาม หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R)	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	จริง ที่สุด 3	จริง 2	ไม่จริง 1	ไม่จริง เลย 0		
8. ท่านนำเสื้อผ้าเก่าๆ มา เป็นผ้าเช็ดมือหรือผ้าถูพื้น	110 (27.50)	243 (60.75)	43 (10.75)	4 (1.00)	2.15 (น้อย)	.64
รวม Reuse					1.92 (น้อย)	.45
Rethink						
9. ท่านใช้เวลาคิดถึงผล กระทบต่อสิ่งแวดล้อมใน การเลือกซื้อเสื้อผ้าชิ้นใหม่	46 (11.50)	235 (58.75)	96 (24.00)	23 (5.75)	1.77 (น้อย)	.73
10. เมื่ออุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้าของท่าน ชำรุดท่านเลือกที่จะส่ง ซ่อมก่อนซื้อใหม่	92 (23.00)	250 (62.50)	53 (13.25)	5 (1.25)	2.07 (น้อย)	.64
11. ท่านเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	81 (20.25)	263 (65.75)	55 (13.75)	1 (0.25)	2.06 (น้อย)	.59
12. ท่านคำนวณปริมาณ อาหารก่อนสั่งให้พอดีกับ ความต้องการ ไม่เหลือ ไม่ ขาด	98 (24.50)	239 (59.75)	56 (14.00)	7 (1.75)	2.07 (น้อย)	.67
รวม Rethink					1.99 (น้อย)	.43

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล
สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตาม หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R)	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	จริง ที่สุด 3	จริง 2	ไม่จริง 1	ไม่จริง เลย 0		
Recycle						
13. ท่านคัดแยกขยะแต่ละ ประเภทเป็นประจำ	56 (14.00)	267 (66.75)	71 (17.75)	6 (1.50)	1.94 (น้อย)	.61
14. ท่านแยกขวดน้ำ พลาสติกไปขาย เพื่อสร้าง รายได้เพิ่ม	89 (22.25)	231 (57.75)	70 (17.50)	10 (2.50)	2.00 (น้อย)	.71
15. ท่านคัดแยกขยะแต่ละ ประเภทภายในบ้าน	68 (17.00)	253 (63.25)	68 (17.00)	11 (2.75)	1.95 (น้อย)	.67
16. ท่านรวบรวมขยะ แต่ละประเภทไปทิ้งตาม จุดรับแยกขยะต่างๆ	62 (15.50)	224 (56.00)	94 (23.50)	20 (5.00)	1.82 (น้อย)	.75
รวม Recycle					1.92 (น้อย)	.43
Repair						
17. ท่านซ่อมแซม เครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อเกิดการ ชำรุดเสียหายมากกว่าการ ซื้อใหม่	88 (22.00)	236 (59.00)	73 (18.25)	3 (0.75)	2.02 (น้อย)	.66
18. ท่านเย็บซ่อมเสื้อผ้า หรือรองเท้าเองเมื่อเกิด การชำรุด	90 (22.50)	240 (60.00)	61 (15.25)	9 (2.25)	2.03 (น้อย)	.69

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล
สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตาม หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R)	ระดับความคิดเห็น				ค่าเฉลี่ย	S.D.
	จริง ที่สุด 3	จริง 2	ไม่จริง 1	ไม่จริง เลย 0		
Repair						
19. ท่านส่งซ่อม คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ คอมพิวเตอร์เมื่อเกิด ปัญหามากกว่าซื้อใหม่	111 (27.75)	235 (58.75)	52 (13.00)	2 (0.50)	2.14 (น้อย)	.64
20. ท่านดูแลของใช้และ อุปกรณ์การทำงานของ ตัวเองให้มีความพร้อมใน การใช้งานเสมอ	97 (24.25)	268 (67.00)	35 (8.75)	0	2.16 (น้อย)	.56
รวม Repair					1.92 (น้อย)	.50
รวมพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลัก เศรษฐกิจหมุนเวียน (5R)					2.09 (น้อย)	.47

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.09 ดังนั้นจากตัวอย่างที่มีต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) อยู่ในระดับน้อยและมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .47 และแบ่งองค์ประกอบของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) เป็น 5 องค์ประกอบซึ่งปรากฏผลดังนี้

1. Reduce

1.1 ท่านปฏิเสธการใช้ถุงพลาสติกเมื่อซื้อสินค้าจากร้านค้า เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.04 หมายความว่าทัศนคติในระดับน้อย

1.2 ท่านปิดไฟ ถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.13 หมายความว่า มีทัศนคติในระดับน้อย

1.3 ท่านพกแก้วส่วนตัวไปซื้อกาแฟ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 1.85 หมายความว่า มีทัศนคติในระดับน้อย

1.4 ท่านเลือกเดินทางไปทำงานด้วยรถสาธารณะ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 1.72 หมายความว่า มีทัศนคติในระดับน้อย

ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ในองค์ประกอบของ Reduce โดนมียุทธศาสตร์ที่ 1.94 ดังนั้นจากตัวอย่างที่มีต่อพฤติกรรมตามหลัก 5R ที่มีต่อการสิ่งแวดล้อมในองค์ประกอบของ Reduce อยู่ในระดับน้อย และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .41

2. Reuse

2.1 ท่านใช้กระดาษ 2 หน้าในการจดหรือพิมพ์งาน เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.12 หมายความว่า มีพฤติกรรมในระดับน้อย

2.2 ท่านทำของ D.I.Y. จากสิ่งของที่มีอยู่เป็นของใช้หรือของขวัญ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 1.75 หมายความว่า มีพฤติกรรมในระดับน้อย

2.3 ท่านปลูกต้นไม้ในขวดพลาสติกใช้แล้วแทนกระถางพลาสติก เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และ

“ไม่จริงเลย” มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 1.68 หมายความว่ามีความผิดพลาดในระดับน้อย

2.4 ท่านนำเสื้อผ้าเก่าๆ มาเป็นผ้าเช็ดมือหรือผ้าถูพื้น เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.15 หมายความว่ามีความผิดพลาดในระดับน้อย

ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ในองค์ประกอบของ Reuse โดนมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 1.92 ดังนั้นจากตัวอย่างที่มีต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ในองค์ประกอบของ Reuse อยู่ในระดับน้อย และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .45

3. Rethink

3.1 ท่านใช้เวลาคิดถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าชิ้นใหม่ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 1.77 หมายความว่ามีความผิดพลาดในระดับน้อย

3.2 เมื่ออุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าของท่านชำรุดท่านเลือกที่จะส่งซ่อมก่อนซื้อใหม่ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.07 หมายความว่ามีความผิดพลาดในระดับน้อย

3.3 ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.06 หมายความว่ามีความผิดพลาดในระดับน้อย

3.4 ท่านคำนวณปริมาณอาหารก่อนสั่งให้พอดีกับความต้องการไม่เหลือไม่ขาด เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.07 หมายความว่ามีความผิดพลาดในระดับน้อย

ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ในองค์ประกอบของ Rethink โดนมียุทธศาสตร์คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 1.99 ดังนั้นจากตัวอย่างที่มีต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ในองค์ประกอบของ Rethink อยู่ในระดับน้อย และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .43

4. Recycle

4.1 ท่านคัดแยกขยะแต่ละประเภทเป็นประจำ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 1.94 หมายความว่า พฤติกรรมในระดับน้อย

4.2 ท่านแยกขวดน้ำพลาสติกไปขาย เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.00 หมายความว่า พฤติกรรมในระดับน้อย

4.3 ท่านคัดแยกขยะแต่ละประเภทภายในบ้าน เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” และ “ไม่จริง” จำนวนเท่ากัน คือ 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 1.95 หมายความว่า พฤติกรรมในระดับน้อย

4.4 ท่านรวบรวมขยะแต่ละประเภทไปทิ้งตามจุดรับแยกขยะต่างๆ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ลำดับต่อมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 1.82 หมายความว่า พฤติกรรมในระดับน้อย

ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ในองค์ประกอบของ Recycle โดนมียุทธศาสตร์คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 1.92 ดังนั้นจากตัวอย่างที่มีต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ในองค์ประกอบของ Recycle อยู่ในระดับน้อย และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .43

5. Repair

5.1 ท่านซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อเกิดการชำรุดเสียหายมากกว่าการซื้อใหม่ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ

18.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.02 หมายความว่ามีความถี่พฤติกรรมในระดับน้อย

5.2 ท่านเย็บซ่อมเสื้อผ้าหรือรองเท้าเองเมื่อเกิดการชำรุด เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.03 หมายความว่ามีความถี่พฤติกรรมในระดับน้อย

5.3 ท่านส่งซ่อมคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์เมื่อเกิดปัญหามากกว่าซื้อใหม่ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ “ไม่จริงเลย” มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.14 หมายความว่ามีความถี่พฤติกรรมในระดับน้อย

5.4 ท่านดูแลของใช้และอุปกรณ์การทำงานของตัวเองให้มีความพร้อมในการใช้งานเสมอ เกินครึ่งหนึ่งตอบว่า “จริง” เป็นลำดับที่ 1 คือจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาตอบ “จริงที่สุด” จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ลำดับต่อมาตอบ “ไม่จริง” จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และ “ไม่จริงเลย” ไม่มีเลย ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยในข้อนี้เท่ากับ 2.16 หมายความว่ามีความถี่พฤติกรรมในระดับน้อย

ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ในองค์ประกอบของ Repair โดนมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 1.92 ดังนั้นจากตัวอย่างที่มีต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ในองค์ประกอบของ Repair อยู่ในระดับน้อย และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .47

จากตารางที่ 4.10 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อย โดยพฤติกรรมที่มีสูงที่สุดคือ Rethink มีค่าเฉลี่ย 1.99 อยู่ในระดับน้อย รองลงมาคือ Reduce มีค่าเฉลี่ย 1.94 อยู่ในระดับน้อย ลำดับถัดมาคือ Reuse Recycle และ Repair มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 1.92 อยู่ในระดับน้อย

4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) จำเป็นต้องตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นดังนี้

1. ตัวแปรที่นำมาศึกษาทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ต้องเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีมาตรวัดตัวแปรแบบอันตรภาค (Interval Scale) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบในการเก็บข้อมูลเป็นมาตรวัดอันตรภาค (Interval Scale) ทั้ง 3 ตัวแปร

2. Error มีการแจกแจงแบบปกติเป็นอิสระต่อกัน (Independent) ไม่เกิด Autocorrelation ทั้งนี้เมื่อค่า Durbin-Watson มีค่าน้อยกว่า 1.5 และมากกว่า 2.5 แสดงว่าเกิด Autocorrelation ซึ่งผู้วิจัยทำการตรวจสอบแล้วพบว่า ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.898 ดังนั้นจึงมีการแจกแจงแบบปกติเป็นอิสระต่อกันไม่เกิด Autocorrelation (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553)

3. จำนวนตัวอย่างจะต้องมีเพียงพอ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้ G*power ของ Cohen (1977) ในการคำนวณตัวแปรอิสระจำนวน 3 ตัวแปร เพื่อใช้ในการทดสอบ Stepwise Multiple Regression ได้ขนาดตัวอย่าง 119 คน งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษากับตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976) จึงมีจำนวนที่เพียงพอในการวิเคราะห์

4. ตัวแปรที่นำมาศึกษาทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการทดสอบโดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ (Pearson's Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งถ้าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่ามากกว่า .85 (Munro, 1997) ถือว่าตัวแปรคู่นั้นมีความสัมพันธ์กันมาก ซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้มีค่าประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่เกิน .85 โดยมีค่าระหว่าง -.461 ถึง .458 ตามตารางที่ 4.11 นอกจากนี้ยังมีค่า Tolerance ไม่เข้าใกล้ 0 และมีค่า VIF ระหว่าง 1.000 ถึง 1.465 ซึ่งน้อยกว่า 10 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาทั้ง 4 ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

ตารางที่ 4.11: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

	พฤติกรรมที่ เกี่ยวข้องกับการ ดูแลสิ่งแวดล้อม	การเปิดรับสื่อ สังคมออนไลน์ที่ เกี่ยวข้องกับการ ดูแลสิ่งแวดล้อม	ความรู้ที่ เกี่ยวข้องกับการ ดูแลสิ่งแวดล้อม	ทัศนคติที่ เกี่ยวข้องกับการ ดูแลสิ่งแวดล้อม
พฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง กับการดูแล สิ่งแวดล้อม	1.00	.326***	-.109**	.458***
การเปิดรับสื่อสังคม ออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับ การดูแลสิ่งแวดล้อม		1.00	-.461***	-.039
ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ การดูแลสิ่งแวดล้อม			1.00	.342***
ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับ การดูแลสิ่งแวดล้อม				1.00

หมายเหตุ: ** มีนัยยะสำคัญระดับ .01

*** มีนัยยะสำคัญระดับ .000

ดังนั้น จากการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นที่ไม่พบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีค่ามากกว่า .85 ดังนั้นจึงสามารถทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ทดสอบได้

ตารางที่ 4.12: แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล
สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ตัวแปร	R	R Square	Adjusted R Square	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t
				B	Beta	
ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม	.458	.210	.208	.52	.47	11.45
การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม	.573	.328	.325	.17	.34	8.36
Constant				-.01		-.04

จากตารางที่ 4.12 อธิบายการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรที่นำมาพิจารณาในรูปแบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์อยู่ที่ .573 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อได้ร้อยละ 32.8 โดยทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเขียนสมการทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ดังนี้

$$Y (\text{พฤติกรรมที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม}) = .108 + .52 (\text{ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม}) + .17 (\text{การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม})$$

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือคนที่การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 2) เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4) เพื่อศึกษาความสามารถของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ความรู้ และทัศนคติ ในการร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ลักษณะทางประชากร

ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวอย่าง 400 คน มีเพศหญิงมากกว่าครึ่งของตัวอย่างโดยมีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 เป็น LGBTQ+ น้อยที่สุดจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 26-35 ปี โดยมีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาเป็นอายุ 36-45 ปี มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อายุ 18-25 ปี มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 อายุ 46-60 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 น้อยที่สุดเป็นอายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 เกือบครึ่งหนึ่งเป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาเป็นผู้ที่กำลังศึกษา

ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 น้อยที่สุดเป็นผู้ที่จบการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 เกือบครึ่งเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมาเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ (Freelance) จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 เท่ากับผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และผู้ที่ประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 เป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 70,000 บาท จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 100,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,000 – 15,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 9,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และน้อยที่สุดเป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 100,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

และส่วนมากเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมผ่าน เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (Youtube) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยเท่ากันได้แก่ 2.99 อยู่ในระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเฟซบุ๊ก (Facebook) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .89 ยูทูป (Youtube) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .87 รองลงมาคือการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน อินสตาแกรม (Instagram) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 อยู่ในระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในระดับมาก มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 ลำดับถัดมาคือ ตี๊กต็อก (Tiktok) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 อยู่ในระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในระดับน้อย มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.27 และทวิตเตอร์ (Twitter) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 อยู่ในระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในระดับน้อย มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.15

5.1.2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อ ดังนี้ 1) เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (Youtube) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากันอยู่ที่ 2.99 หมายความว่าอยู่ในระดับมาก 3) อินสตาแกรม (Instagram) มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 2.82 หมายความว่าอยู่ในระดับมาก 4) ตี๊กต็อก (Tiktok) มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 2.45 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อย และทวิตเตอร์ (Twitter) มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 2.37 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อย

5.1.3 ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมจากทั้งหมด 12 ข้อ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 8.44 หมายความว่าอยู่ในระดับมากหรือเป็นความรู้ที่ดี

5.1.4 ทักษะที่เกี่ยวกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม โดยเรียงลำดับ ดังนี้ 1) ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20 หมายความว่าอยู่ในระดับมาก 2) ด้านพฤติกรรม (Behavioral) โดยมีค่าเฉลี่ย 2.83 หมายความว่าอยู่ในระดับมาก 3) ด้านความรู้สึก (Affective) โดยมีค่าเฉลี่ย 2.71 หมายความว่าอยู่ในระดับมาก และมีทัศนคติที่เกี่ยวกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมรวมมีค่าเฉลี่ย 2.91 หมายความว่าอยู่ในระดับมากหรือเป็นทัศนคติที่ดี

5.1.5 พฤติกรรมที่เกี่ยวกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างมีพฤติกรรมที่เกี่ยวกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก ดังนี้ 1) Rethink โดยมีค่าเฉลี่ย 1.99 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อย 2) Reduce โดยมีค่าเฉลี่ย 1.94 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อย 3) Reuse Recycle และ Repair โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 1.92 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อย และมีพฤติกรรมที่เกี่ยวกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนรวม มีค่าเฉลี่ย 2.09 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อยหรือเป็นพฤติกรรมที่ไม่ดี

5.2 การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาความสามารถของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ความรู้ และทัศนคติ ในการร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2.1 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเรียงลำดับช่องทางการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ใน

ลำดับแรก ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (Youtube) อาจเป็นเพราะสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (Youtube) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย สามารถส่งต่อข้อมูลให้กันได้สะดวก และเนื้อหาส่วนใหญ่ในเฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (Youtube) เป็นการนำเสนอข้อมูลที่มีเนื้อหาสาระไม่หนักมาก หรือจะมีการย่อเนื้อหาให้มีความเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น และถูกนำเสนอในรูปแบบภาพและวิดีโอเป็นส่วนใหญ่ ดังที่ Becker (1978) ได้กล่าวไว้ว่า การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับ การเปิดรับสื่อตามความสนใจ หรือเป็นการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้สื่อเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย พบว่า ตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ใน 2 ลำดับแรก ได้แก่ 1) เฟซบุ๊ก (Facebook) 2) ยูทูป (Youtube) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย และการที่สื่อทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นสื่อที่มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด อาจเป็นไปได้ว่าด้วยรูปแบบของแพลตฟอร์มของทวิตเตอร์ (Twitter) เน้นการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข้อความ อาจทำให้ต้องใช้การตีความมากในการเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารและอาจไม่เกิดความน่าสนใจในเนื้อหา

ดังนั้นการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ควรเลือกสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (Youtube) อีกทั้งยังต้องนำเสนอเนื้อหาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย เน้นรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจไม่ว่าจะเป็นภาพหรือคลิปวิดีโอต่างๆ เพื่อให้สามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและทำให้สามารถจดจำเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น

5.2.2 ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้ไม่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมีค่าเฉลี่ยของความรู้ทั้ง 12 ข้อ รวมอยู่ที่ 8.44 หมายความว่ามีความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับดี แต่การที่ความรู้ไม่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนอาจเป็นเพราะยังไม่เกิดเป็นความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge) ดังที่ ทิพวรรณ หล่อสุวรรณ (2549) ได้กล่าวไว้ว่า ความรู้แบบฝังลึก เป็นความรู้ที่มีรากฐานมาจากการกระทำ ต้องอาศัยการฝึกฝนจนชำนาญ และอาจเป็นเพราะเป็นความรู้ที่อยู่ในระดับที่ 1 รู้ว่าคืออะไร (Know-what) เป็นความรู้ในเชิงการรับรู้ แต่ยังไม่ไปถึงความรู้ระดับวิธีการที่จะสามารถนำความรู้นั้นมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติ

การที่ตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม แต่ไม่เกิดพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน อาจเป็นเพราะงานวิจัยนี้มีการเก็บข้อมูลในช่วงที่มีการระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลให้ประชาชนมีการใช้ทรัพยากรที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง หรือพฤติกรรมต่างๆ ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมน้อยลง เพื่อป้องกันตนเองจากการติดเชื้อโควิด-19 เช่น การสั่งอาหารจาก Food

Delivery ทำให้เกิดขยะพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง ร้านค้าต่างๆ งดรับแก้วหรือกล่องอาหารส่วนตัว เป็นต้น

5.2.3 ทศนคติเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน จากผลการวิจัยพบว่า ทศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเรียงลำดับขององค์ประกอบของทศนคติได้ ดังนี้ 1) ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) มีค่าเฉลี่ย 3.20 อยู่ในระดับมาก หมายถึงมีทศนคติในระดับดี รองลงมา 2) ด้านพฤติกรรม (Behavioral) มีค่าเฉลี่ย 2.83 อยู่ในระดับมาก หมายถึงมีทศนคติในระดับดี และลำดับสุดท้าย 3) ด้านความรู้สึก (Affective) มีค่าเฉลี่ย 2.71 อยู่ในระดับมาก หมายถึงมีทศนคติในระดับดี การที่ทศนคติสำคัญที่สุดอาจเป็นเพราะเกิดองค์ประกอบของทศนคติทั้ง 3 องค์ประกอบ ตามแนวคิดของ Eagly, A. H., & Chaker, S. (1993) ในระดับมาก ทั้งองค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) จนส่งผลให้เกิดทศนคติในเชิงบวก และเกิดการเปลี่ยนแปลงทศนคติ ดังที่ Kelman (1967) ได้กล่าวไว้ว่าการเปลี่ยนแปลงของทศนคติต้องอาศัย กระบวนการตั้งแต่การยอมรับ การเลียนแบบ จนเกิดความต้องการที่อยากจะเปลี่ยนแปลงและการที่ตัวอย่างเกิดพฤติกรรมนั้นเป็นเพราะทศนคตินั้นถูกเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน

การที่ทศนคตินำพฤติกรรมดังที่ Triandis (1971) ได้กล่าวไว้ว่า การที่ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม เพราะพฤติกรรมเป็นผลของการแสดงออกของทศนคติ Kelman (1967) ได้อธิบายไว้ว่า เมื่อทศนคติเป็นไปในทิศทางเดียวกันแต่หากเกิดขึ้นกับแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป โดยสามารถแบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงของทศนคติได้เป็น 3 ประการ ได้แก่ 1) การยินยอม 2) การเลียนแบบ 3) ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยนซึ่งเมื่อเกิดพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นหมายความว่า บุคคลนั้นมีทศนคติที่ยอมรับเหนือกว่าอิทธิพลภายในของบุคคลนั้น หรือต้องเป็นค่านิยมที่สอดคล้องอยู่เดิม โดยความพอใจขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรายละเอียดของพฤติกรรม ไม่ว่าจะเป็พฤติกรรมระดับใด จำเป็น ต้องเกิดการเปลี่ยนทศนคติเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2546) กล่าวไว้ว่า ทศนคติที่นำไปสู่พฤติกรรมเมื่อทศนคติมีลักษณะดังต่อไปนี้ 1) เมื่อทศนคติฝังลึกและมี ความชัดเจน 2) ทศนคติที่มีความเกี่ยวข้องกัน 3) ทศนคติที่มีรากฐานทางความรู้สึกและทศนคติที่มี รากฐานอยู่บนความรู้ 4) ทศนคติต่อเรื่องอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาโนช พรหมปัญญา และ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจและทศนคติที่มี ผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จากตัวอย่าง 400 คน พบว่ามีทศนคติ ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่า $\beta = .267$ และงานวิจัยของ ทัดเทพ จันทรมณีกุล และสมัชชนันท์ เอกปัญญากุล (2565) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของการเปิดรับ และทศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์บนทวิตเตอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมรับชมซีรีส์

ไทยของกลุ่ม Generation Y และ Z จากตัวอย่าง 400 คน พบว่าทัศนคติทางบวกด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรียไทย และส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับชมซีรียส์บ่อยครั้ง $\beta = .146$

จะเห็นว่าการเกิดพฤติกรรมจำเป็นที่จะต้องเกิดทัศนคติในเชิงบวกหรือไปในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมนั้นๆ ดังนั้นการสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และสามารถนำทัศนคติมาสร้างเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบของสื่อต่างๆ ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อที่มีปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตเพื่อสื่อสารให้ประชาชนเกิดทัศนคติในทางบวกต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน จนพัฒนาเป็นพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมได้ในที่สุด

5.2.4 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ความรู้ และทัศนคติ ในการร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ และการที่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมไม่สามารถเข้ามาร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ เพราะความรู้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ดังนั้นการที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนนั้นต้องอาศัยทัศนคติเป็นหลักเนื่องจากมีค่า $\beta = .47$ และการที่จะทำให้เกิดทัศนคติในทิศทางบวกหรือในทิศทางเดียวกัน ดังที่ อรรถพรณ ปิลันธน์โอวาท (2542) ได้กล่าวไว้ว่าการเปลี่ยนทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 2 ทิศทาง คือ 1) ทิศทางเดียวกัน 2) คนละทาง จึงจำเป็นต้องอาศัยการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมเข้ามาเป็นส่วนช่วยเนื่องจากมีค่า $\beta = .34$ ดังที่ Kelman (1967) ได้กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ (Attitude Change) ได้แบ่งเป็น 3 ประการ คือ 1) การยินยอม (Compliance) คือการยอมเมื่อได้รับอิทธิพลจากบุคคลหรือการผลักดัน 2) การเลียนแบบ (Identification) คือการเลียนแบบเมื่อมีสิ่งเร้าหรือสิ่งที่เข้ามากระตุ้นจนเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือโน้มน้าว 3) ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) คือพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเกิดการยอมรับอิทธิพลที่เหนือกว่าหรือตรงกับภายใน ดังนั้นการทำจะทำให้เกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้จึงต้องการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติที่มีความต้องการที่อยากจะเปลี่ยนเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการเกิดพฤติกรรม

จึงเห็นว่าการที่จะทำนายแนวโน้มพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้นั้นต้องอาศัยทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมแต่ก็ยังคงต้องใช้การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมมาเป็นส่วนช่วยเพื่อให้เกิดทัศนคติในเชิง

บวกและในทิศทางเดียวกันกับการเกิดพฤติกรรม แต่ก็ยังสามารถสร้างทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมในเชิงบวกได้ด้วยตัวแปรอื่นๆ ทั้งตัวแปรปัจจัยทางสังคมและตัวแปรปัจจัยทางจิต

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังต่อไปนี้

5.3.1 จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนผ่านช่องทางของเฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูบ (Youtube) มากที่สุด ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรนำเสนอเนื้อหา ข่าวสารที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายและนำเสนอรูปแบบของสื่อให้มีความเหมาะสมในแต่ละช่องทาง เน้นการทำสื่อที่มีสาระควบคู่ไปกับความบันเทิง ไม่นำเสนอให้รูปแบบของเนื้อหาที่หนักจนเกินไป ไม่ควรใช้การสื่อสารประเภทตัวอักษรเพราะต้องอาศัยการตีความและทำความเข้าใจของแต่ละบุคคล

5.3.2 งานวิจัยในครั้งนี้อาจจะไม่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมในการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน จึงจะต้องทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจจนสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และการศึกษาในครั้งนี้อยู่ในสถานการณ์โควิด-19 อาจส่งผลให้คนตัวอย่างไม่เกิดพฤติกรรมเนื่องจากต้องใช้ทรัพยากรต่างๆ แบบครั้งเดียวเพื่อป้องกันตนเองจากโควิด-19 ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรทำหลังจากสถานการณ์โควิด-19 เบาลง

5.3.3 จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมีทัศนคติเชิงบวก และเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการศึกษาครั้งนี้ จึงควรเพิ่มทัศนคติในเชิงบวกให้เพิ่มขึ้นกับประชาชน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม แต่การสร้างทัศนคติในเชิงบวกอาจต้องอาศัยตัวแปรการสร้างทัศนคติในรูปแบบอื่น เช่น การสร้างทัศนคติด้วยการสร้างประสบการณ์ร่วมเพื่อให้เกิดความรู้สึก จนเกิดเป็นทัศนคติ

5.3.4 จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก คือ Rethink รองมาคือ Reduce และลำดับสุดท้ายได้แก่ Reuse Recycle Repair มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน ซึ่งทั้ง 5R มีค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับน้อยหรือมีหมายความว่าตัวอย่างมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ไม่ดี ซึ่งอาจมีผลมาจากปัจจัยแวดล้อมอย่างโควิด-19 ดังนั้นการนำงานวิจัยไปใช้ควรอย่างยิ่งกับสถานการณ์หรือความจำเป็นที่มีความคล้ายคลึงกับสถานการณ์โควิด-19 ที่ประชาชนมีความจำเป็นที่จะไม่สามารถใช้ทรัพยากรซ้ำได้เพื่อป้องกันตนเอง

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

การวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

5.4.1 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้นข้อมูลจึงไม่มีความละเอียดมากพอ ควรที่จะศึกษาเชิงลึกเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group)

5.4.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาตัวอย่างที่อยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรทำศึกษาตัวอย่างทั่วประเทศ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมของตัวอย่างทั่วประเทศว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

5.4.3 แนะนำให้เก็บข้อมูลของสื่อสังคมออนไลน์ควบคู่กับการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมในด้านอื่นๆ ทั้งปัจจัยทางสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน การใช้ผู้นำที่มีความสามารถในการสื่อสาร (Opinion Leader) และปัจจัยทางจิตตัวอื่นๆ เช่น การสร้างแรงจูงใจ เพื่อทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม

5.4.4 ในการศึกษาครั้งนี้ความรู้ไม่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ อาจเป็นเพราะปัจจัยแวดล้อมอย่างโควิด-19 ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสม ปราศจากโรคระบาดต่างๆ

5.4.5 ในการศึกษาครั้งต่อไปแนะนำให้เก็บข้อมูลของสื่อสังคมออนไลน์ควบคู่กับการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมในด้านอื่นๆ ทั้งปัจจัยทางสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน การใช้ผู้นำที่มีความสามารถในการสื่อสาร (Opinion Leader) และปัจจัยทางจิตตัวอื่นๆ เช่น การสร้างแรงจูงใจ เพื่อทำให้เกิดทัศนคติที่ดีที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม

5.4.6 พฤติกรรมที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นพฤติกรรม 5R ประกอบไปด้วย Rethink Reduce Reuse Recycle และ Repair สำหรับงานวิจัยในอนาคตควรประเมินให้ตรงกับนวัตกรรมหรือสิ่งที่ประชาชนจะปฏิบัติได้ จะต้องเพิ่มเป็น 8R หรือไม่ เช่น เพิ่ม Refuse Regift Recover เพื่อให้สอดคล้องกับนวัตกรรมในที่ประชาชนจะสามารถปฏิบัติได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). *สรุปสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย ปี 2561*. สืบค้นจาก https://www.pcd.go.th/wp-content/uploads/2020/05/pcdnew-2020-05-15_06-33-35_034969.pdf.
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมศูนย์สารสนเทศสิ่งแวดล้อม. (2564). *เกาะติดปัญหาขยะพลาสติกหลังโควิด-19 ระลอกใหม่*. สืบค้นจาก <https://infotrash.deqp.go.th/knowledge/62>.
- กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2562). *Circular Economy เศรษฐกิจหมุนเวียนที่ทุกคนควรรู้*. ปทุมธานี: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- กฤดา ศรีสมวงศ์ และลีลา เตี้ยสูงเนิน. (2560). *ทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อัจฉริยะประเภท Smartphone ในต่างประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2565). *สถิติกรุงเทพมหานคร ประจำปี 2564*. สืบค้นจาก https://webportal.bangkok.go.th/public/user_files_editor/130/BMA%20STATISTIC/2564/Statistical%20Profile%20of%20BMA%2021.pdf.
- จิรนนท์ นาคสมทรง. (2563). เศรษฐกิจหมุนเวียนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและบทบาทของการบัญชี. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 12(3), 157-172.
- ชไมกานต์ ดวงแก้ว และอุ๋นเรือน เล็กน้อย. (2564). การรับรู้และแนวทางการขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อการจัดการขยะพลาสติกภายใต้หลัก 3Rs ของเทศบาลนครนนทบุรี. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร*, 8(9), 252-265.
- ชยนนท์ รักกาษญจนัน. (2564). *สรุป COP26 ตั้งแต่ความรู้เบื้องต้น จนถึงโอกาสเศรษฐกิจสีเขียว Green Economy*. สืบค้นจาก <https://workpointtoday.com/tomorrow-x-finnomena-cop26-01/>
- ณัฐกานต์ มูลประเสริฐ. (2562). *การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐพล ม่วงท่า. (2565). *สรุป 52 Insight สำคัญจาก Thailand Digital Stat 2022 ของ We Are Social*. สืบค้นจาก <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight>.

- ดรุณี มุแก้ม. (2563). อิทธิพลแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บรรจุภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่มแบบยั่งยืนของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 15, 113-128.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2556). *สื่อสาร อาหาร สุขภาพ*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- หัตเทพ จันทรมณีกุล และสมัชชนันท์ เอกปัญญากุล. (2565). อิทธิพลของการเปิดรับ และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรีส์บนทวิตเตอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชมซีรีส์ไทยของกลุ่ม Generation Y และ Z. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 26(1), 93-104.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณ. (2549). *ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: รัตนาไตร.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุ๋นเรื่อน เล็กน้อย. (2563). การจัดการขยะชุมชนภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 15(2), 362-373.
- ธนชาติ นุ่มนนท์. (2565). สถิติใช้ดิจิทัลทั่วโลก คนไทยเป็นอันดับต้นหลายด้าน. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/columnist/988063>.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสเรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมะ สตะเวทิน. (2539). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- ปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม ตลอดจนแนวทางการป้องกันแก้ไขที่ดี. (2561, 15 มกราคม). *สิ่งแวดล้อมน่ารู้*. สืบค้นจาก <http://www.mnre.go.th/reo13/th/news/detail/9373>.
- ปิยภา เชาว์ประสิทธิ์ และไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์. (2561). *ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางโซเชียลมีเดียของผู้บริโภคเพศหญิงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. สืบค้นจาก <http://commartsreview.siam.edu/2017/images/review/year17-vol22/year17-vol22-15.pdf>.
- พรลดา ลีลาสุนทรวัฒนา. (2552). *ความรู้ของผู้บริโภคด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อและการใช้สินค้ารักษาสิ่งแวดล้อม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์. (2559). *พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 99-103.
- เพชร มโนปวิตร. (2561). *เศรษฐกิจหมุนเวียนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและบทบาทของการบัญชี*. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/237588/165979>
- ไพศาล หวังพานิช. (2526). *การวัดผลการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ภาริณัฐรัตน์ ภูวิจิตร. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน กับความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมลดโลกร้อนของนิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัทรารัตน์ ตันนุกิจ, สุขสันต์ กิตติศุภกร และปิติ ฉลอมวิริยะเลิศ. (2564). การพัฒนาระบบบริหารจัดการขยะโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และการแก้ปัญหาแบบมีส่วนร่วม ในโรงพยาบาลสำนักงานการแพทย์กรุงเทพมหานคร. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารโรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์*, 17(1), 1-14.
- ภาคิน เนาวรัตน์. (2561). *การรู้ความเข้าใจ ความคาดหวัง ทักษะคิด และพฤติกรรมในการใช้สื่อโทรทัศน์และเฟซบุ๊กในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2557). *E-commerce และ Online marketing*. กรุงเทพฯ: โปริวิชิต
- มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2565). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายใต้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 6(1), 278-295.
- มานิช พรหมปัญญา และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2558). *ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา*. สืบค้นจาก <https://tourismtaat.siam.edu/images/magazine/m10b1/43-58.pdf>.
- ยุพดี จิตติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์
- ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีเฟซบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 5(4), 195-205.
- รักเกียรติ พันธุ์ชาติ. (2560). *สื่อสังคมออนไลน์: แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงานรัฐ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกระทรวงกลาโหม.
- ลักขณา สริวัฒน์. (2544). *จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- วรรณรัชต์ แรงจริง. (2562). การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและทัศนคติ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ที่มีส่วนผสมแตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิวรรธน์ ทองงามขำ. (2562). การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสวมเครื่องแบบของ นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรินทร์ ยี่หลั่นสุวรรณ. (2558). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อ โครงการส่งเสริมสังคม ของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และญี่ปุ่น ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ ว่องวีรุฒิ และบุญทริก ศิริกิจจาจร. (2553). ทัศนคติและพฤติกรรมในการจัดการทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *BU Academy Review*, 9(2), 55–63.
- ศุภกาญจน์ วิชานาติ. (2561). การประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อแก้ปัญหาภาวะโลกร้อน. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournalpnru/article/view/245654>
- สงวน สุทธิเลิศอรุณ. (2545). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนา. กรุงเทพฯ: อักษรภาพพัฒนา.
- สายทิพย์ วชิรพงศ์. (2556). การเปิดรับ การรับรู้ และทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ จากข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในทวิตเตอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (มปป). สถานการณ์การปล่อยก๊าซ CO₂. สืบค้นจาก [http://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-co2/per-year?orders\[publishUp\]=publishUp&issearch=1](http://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-co2/per-year?orders[publishUp]=publishUp&issearch=1).
- สำนักยุทธศาสตร์สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สุดาวรรณ ชันธมิตร. (2550). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัด คณะกรรมการประถมศึกษาแห่งชาติในภาคกลาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุปิน บุระรัช. (2550). ทฤษฎีการวัดทัศนคติ. สืบค้นจาก <http://www.student.chula.ac.th/~43846691/attitudetheory.doc>
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม, กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและเซเท็กซ์.

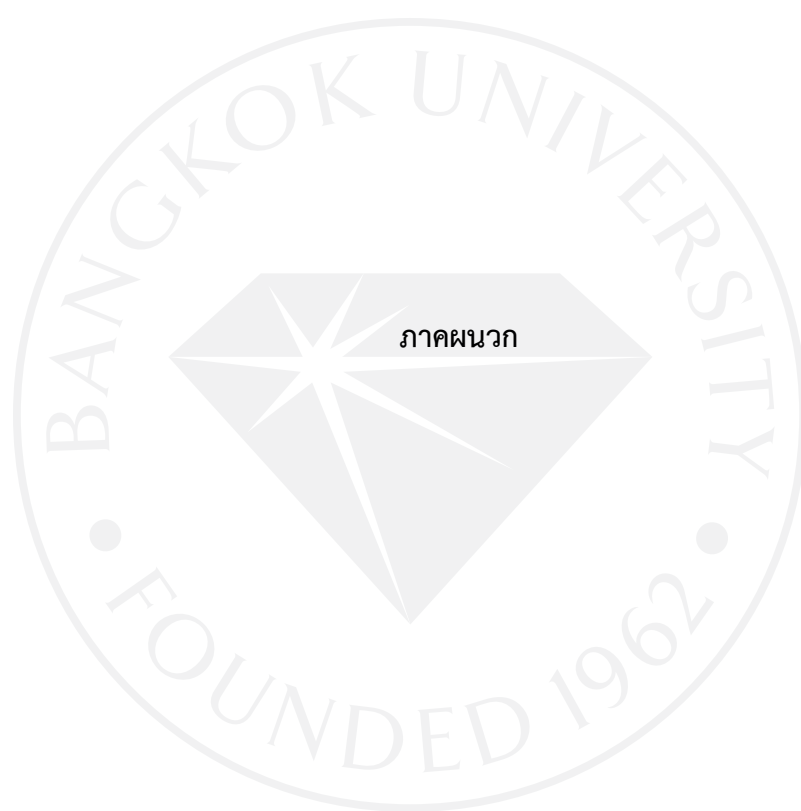
- แสงเดือน ผ่องพุด. (2556). *สื่อสังคมออนไลน์:แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้*. สืบค้นจาก http://library.senate.go.th/document/Ext6685/6685991_0004.PDF.
- องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก. (2564). *การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) และกักเก็บ CO2 ของแหล่งอาศัยตามธรรมชาติ (Natural Habitats)*. สืบค้นจาก <http://www.tgo.or.th/2020/index.php/th/post/การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์-net-zero-และการกักเก็บ-co2-ของแหล่งอาศัยตามธรรมชาติ-natural-habitats-139>.
- อมรพร แสนยศ. (2558). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการประกันบำนาญเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรธรณ ปิลาพันธ์โหวาท. (2542). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉรา แซ่เฮ้ง. (2561). *ความรู้ความสามารถในการถ่ายทอด การติดต่อสื่อสาร และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานของพนักงาน บริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่ง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อัจศรา ประเสริฐสิน, อุไร จักษ์ตรีมงคล, กาญจนา ตระกูลวรกุล, อมารา วิสูตรานุกุล และดวงเนตร ธรรมกุล. (2559). *การพัฒนาและตรวจสอบโมเดลอิทธิพลของความรู้ที่มีต่อการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน โดยมีเจตคติเกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเป็นตัวแปรส่งผ่าน*. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, 17(1), 16-24.
- Atkin, C. K. (1973). *Anticipated communication and mass media information seeking*. New York: Free Press.
- Bill Gates. (2021). *How to avoid a climate disaster*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง
- Bloom, B. S., Hastings J. T., Madaus, G. F., & Baldwin, T. S. (1971). *Handbook on formative and Summative Evaluation of Student Learning*. New York: Mc Graw-Hill.
- Boyd & Ellison. (2008). *The driver of green brand equity: green brand image, green satisfaction, and green trust*. *Journal of Business Ethics*.
- BSI. (2019). *ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนและความยั่งยืน*. สืบค้นจาก <https://www.bsigroup.com/th-TH/topics/circular-economy-and-sustainability/>.
- Bureau Veritas Thailand. (2021). *Net Zero คืออะไร และดำเนินการอย่างไร*. สืบค้นจาก <https://www.bureauveritas.co.th/magazine/what-is-net-zero-and-how-to-get-there>.

- Burgoon, M. (1974). *Approaching Speech*. Soul Stein Berg: Permission of Julian Bachiteray.
- Chin-Chung Tsai. (2020). *Empirical study of knowledge with holding in cyberspace: Integrating protection motivation theory and theory of reasoned behavior*. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563219304480>.
- Choi, H. C., & Becker, S. L. (1987). *Media Use Issue / Image Discriminations and Voting Communication Research*. n.p.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (Rev. ed). New York: Academic.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. New York: Harper & Row.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitude*. New York: Harcourt Brace Joranovich College.
- Ecostore. (2018). *Sustainable living The 8 R's to being a conscious consumer*. Retrieved from <https://ecostore.com/au/blog/the-8-rs-to-being-a-conscious-consumer/>.
- Ellen MacArthur Foundation. (2019). *What is a circular economy? A framework for an economy that is restorative and regenerative by design*. Retrieved from <https://www.ellenmacarthurfounda%20tion.org/circular-economy/concept>.
- Euro Commission. (2019). *The EU's Circular Economy Action Plan*. Retrieved from <https://ellenmacarthurfoundation.org/circular-examples/the-eus-circular-economy-action-plan#:~:text=The%20circular%20economy%20offers%20an,while%20providing%20new%20business%20opportunities>.
- Greenpeace. (2020). *เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy ดีต่อสิ่งแวดล้อมจริงๆ หรือไม่? สืบค้นจาก <https://www.greenpeace.org/thailand/story/17209/plastic-slowng-the-circular-economy/>*
- H.-Ping Tserng, Cheng-Mo Choun, & Yun-Tsui Chang. (2021). *The key strategies to implement circular economy in building project – A case study of Taiwan*. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/2/754>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). New York: Pearson.

- Hanna, N. & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kelman, H. C. (1967). *Attitude change in compliance, identification, and internalization: Three process of attitude change*. New York. NY: John Wiley & Sons.
- McLeod, J. M., & O' Keefe, G.J. (1972). *Mass Communication Research*. London: Sage.
- Our World in Data Per capita CO2 Emissions Thailand*. (2020). Retrieved from <https://ourworldindata.org/co2/country/thailand>.
- Rahul, V., & Shreyas, S. (2014). *Does Media Exposure Affect Voting Behaviour and Political Preferences in India?*. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/24480739>.
- Rogers, E. (1978). *Mass Media and Interpersonal Communication*. Chicago: Rand McNally College.
- Rowinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Education Research*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk L. L. (2003). *Customer Behavior* (5th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Tobias, G. (2016). *Effects of Prosocial Media on Social Behavior:When and Why Does Media? Exposure Affect Helping and Aggression?*. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0963721411415229>.
- Triandis, H. C. (1971). *Attitude and Change*. New York: Wiley.
- Wyss, A. M., Knoch, D., & Berger, S. (2022). *When and how pro-environmental attitudes turn into behavior: The role of costs, benefits, and self-control*. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272494421002012>.
- Yamane, T. D. (1976). *Statistic: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.
- Young, W., Russell, S. V., Robinson, C. A., & Barkemeyer, R. (2017). *Can social media be a tool for reducing consumers' food waste? A behavior change*

experiment by a UK retailer. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921344916303160>.





แบบสอบถาม

คำชี้แจง: แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามสำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากร

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการวัดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการวัดทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ส่วนที่ 1 คำถามสำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลที่เป็นจริงของท่าน (โปรดเลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

1. คุณรู้จักวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) หรือ 5R: Reduce, Reuse, Rethink, Recycle, Repair หรือไม่

รู้จัก

ไม่รู้จัก (จบแบบสอบถาม)

2. ท่านอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครหรือไม่

ใช่ (ข้ามไปให้กรอกว่าอยู่เขตใดในกรุงเทพมหานคร)

ไม่ใช่ (ข้ามไปให้กรอกว่าอยู่จังหวัดใด)

2.1 ท่านอาศัยอยู่เขตพื้นที่ใดในกรุงเทพมหานคร

2.2 ท่านอาศัยอยู่จังหวัดใด

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลที่เป็นจริงของท่าน (โปรดเลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

1. เพศ

- ชาย หญิง LGBTQ+

2. อายุ

- ต่ำกว่า 18 ปี 18-25 ปี 26-35 ปี
 36-45ปี 46-60 ปี 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. จบการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี
 2. กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 3. จบการศึกษาระดับปริญญาตรี
 4. จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. นักเรียน นักศึกษา
 2. ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน
 4. รับจ้างอิสระ (Freelance)
 5. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
 6. อื่นๆ โปรดระบุ _____

5.รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 9,000 บาท
2. 9,000 – 15,000 บาท
3. 15,001 – 30,000 บาท
4. 30,001 – 70,000 บาท
5. 70,001 – 100,000 บาท
6. มากกว่า 100,000 บาท

ส่วนที่ 3 ท่านเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่อไปนี้

ในระดับใด

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert) มีตัวเลือก 5 ระดับ ซึ่งแต่ละข้อมีเกณฑ์การให้คะแนนตรงกับความคิดเห็น ดังนี้

- 4 หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับมากที่สุด
- 3 หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับมาก
- 2 หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับน้อยที่สุด
- 0 หมายถึง ไม่มีการเปิดรับสื่อเลย

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับ การดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจ หมุนเวียน	บ่อย ที่สุด (4)	บ่อย (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่เปิด เลย (0)
1. เฟซบุ๊ก (Facebook)					
2. ทวิตเตอร์ (Twitter)					
3. อินสตาแกรม (Instagram)					
4. ยูทูบ (Youtube)					
5. ตี๊กต็อก (Tiktok)					

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการวัดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจ

หมุนเวียน

คำชี้แจง ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการตอบคำถามแบบถูกหรือผิด โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านคิดว่าถูกต้อง

ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	ถูก (1)	ผิด (0)
1. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อม คือ การใช้ทรัพยากรครั้งเดียวแล้วทิ้ง เพื่อความปลอดภัยในสุขอนามัย		
2. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมมุ่งเน้นในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด		
3. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก		
4. การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อธรรมชาติ		
5. หลักการของการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นการเลือกใช้ทรัพยากรในทิศทางเดียว		
6. วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมเน้นการออกแบบที่ยั่งยืน บำรุงรักษาซ่อมแซม นำกลับมาใช้ใหม่ และการใช้ซ้ำ		
7. ข้อดีของการดูแลสิ่งแวดล้อมคือ ลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว		
8. Reduce คือการเลือกที่จะใช้ทรัพยากร ตามความต้องการของตนเอง		
9. การ Recycle อย่างเดียวเพียงพอต่อการทำกิจกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อม		
10. การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ต้องทำเฉพาะหน่วยงาน ประชาชนทั่วไปไม่สามารถทำได้		
11. การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกวัยสามารถทำร่วมกันได้		
12. การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่าเป็นหลักสำคัญในการดูแลสิ่งแวดล้อม		

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการวัดทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจ

หมุนเวียน

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert) มีตัวเลือก 4 ระดับ ซึ่งแต่ละข้อมีเกณฑ์การให้คะแนนตรงกับความคิดเห็น ดังนี้

- 4 หมายถึง มีทัศนคติในระดับมากที่สุด
- 3 หมายถึง มีทัศนคติในระดับมาก
- 2 หมายถึง มีทัศนคติในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีทัศนคติในระดับน้อยที่สุด

ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	จริงที่สุด (4)	จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริงเลย (1)
1. ท่านคิดว่าวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมสามารถช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมให้กับโลกได้				
2. ท่านคิดว่าการดูแลสิ่งแวดล้อมช่วยให้มีทรัพยากรใช้อย่างยั่งยืน				
3. ท่านคิดว่าวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด				
4. ท่านคิดว่าวิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมสามารถลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศโลกได้				
5. ท่านรู้สึกว่าการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่น่าเบื่อในปัจจุบัน				
6. ท่านรู้สึกว่าการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทำได้สะดวก				
7. ท่านรู้สึกสบายใจทุกครั้งที่ได้ทำกิจกรรมดูแลสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน				

ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน	จริงที่สุด (4)	จริง (3)	ไม่จริง (2)	ไม่จริงเลย (1)
8. ท่านรู้สึกว่าการทำกิจกรรมดูแล สิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ยุ่งยากในชีวิต ประจำวัน				
9. ท่านแนะนำเพื่อนให้รู้จักวิธีการดูแล สิ่งแวดล้อม				
10. ท่านเลือกซื้อสินค้าในชีวิตประจำวัน ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม				
11. ท่านเป็นผู้นำกระแสการใช้ของที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมให้กับเพื่อนๆ				
12. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมการดูแล สิ่งแวดล้อม เช่น เก็บขยะริมทะเล				

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจ
หมุนเวียน

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert) มีตัวเลือก 4 ระดับ ซึ่งแต่ละข้อมีเกณฑ์การให้คะแนนตรงกับความคิดเห็น ดังนี้

- 4 หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับมากที่สุด
- 3 หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับมาก
- 2 หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับน้อยที่สุด

พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R)	จริงที่สุด (3)	จริง (2)	ไม่จริง (1)	ไม่จริงเลย (0)
1. ท่านปฏิเสธการใช้ถุงพลาสติกเมื่อซื้อสินค้าจากร้านค้า				
2. ท่านปิดไฟ ถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน				
3. ท่านพกแก้วส่วนตัวไปซื้อกาแฟ				
4. ท่านเลือกเดินทางไปทำงานด้วยรถสาธารณะ				
5. ท่านใช้กระดาษ 2 หน้าในการจดหรือพิมพ์งาน				
6. ท่านทำของ D.I.Y. จากสิ่งของที่มีอยู่เป็นของใช้หรือของขวัญ				
7. ท่านปลูกต้นไม้ในขวดพลาสติกใช้แล้วแทนกระถางพลาสติก				
8. ท่านนำเสื้อผ้าเก่าๆ มาเป็นผ้าเช็ดมือหรือผ้าถูพื้น				
9. ท่านใช้เวลาคิดถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าชิ้นใหม่				

พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R)	จริงที่สุด (3)	จริง (2)	ไม่จริง (1)	ไม่จริงเลย (0)
10. เมื่ออุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าของท่านชำรุด ท่านเลือกที่จะส่งซ่อมก่อนซื้อใหม่				
11. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม				
12. ท่านคำนวณปริมาณอาหารก่อนสั่งให้พอดี กับความต้องการ ไม่เหลือ ไม่ขาด				
13. ท่านคัดแยกขยะแต่ละประเภทเป็นประจำ				
14. ท่านแยกขวดน้ำพลาสติกไปขาย เพื่อสร้าง รายได้เพิ่ม				
15. ท่านคัดแยกขยะแต่ละประเภทภายในบ้าน				
16. ท่านรวบรวมขยะแต่ละประเภทไปทิ้งตาม จุดรับแยกขยะต่างๆ				
17. ท่านซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อเกิดการ ชำรุดเสียหายมากกว่าการซื้อใหม่				
18. ท่านเย็บซ่อมเสื้อผ้าหรือรองเท้าเองเมื่อ เกิดการชำรุด				
19. ท่านส่งซ่อมคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ คอมพิวเตอร์เมื่อเกิดปัญหา มากกว่าซื้อใหม่				
20. ท่านดูแลของใช้และอุปกรณ์การทำงาน ของตัวเองให้มีความพร้อมในการใช้งานเสมอ				

** ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน **

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	ชนาพร พัฒนเลิศรัตน์ไชย
อีเมล	chanaporn.pattana@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขา การออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประวัติการทำงาน	Creative Art Director, TBWA\Thailand Co., Ltd.

