



ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ให้บริการร้านกาแฟต่อ  
นโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573



โดย  
นางสาวภัทรมณฑา เรืองศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้าน  
กาแฟต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2563  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

BEHAVIOR CHANGE OF COFFEE SHOP ENTREPRENEURS AND CONSUMERS  
ON PLASTIC WASTE REDUCTION POLICY, THAILAND'S ROAD MAP  
ON PLASTIC WASTE MANAGEMENT 2018-2030



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Arts (Public and Private Management)  
Graduate School, Silpakorn University  
Academic Year 2020  
Copyright of Graduate School, Silpakorn University



621220011 : การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทบัณฑิต

คำสำคัญ : การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม, พฤติกรรมผู้ประกอบการร้านค้าแฟ, พฤติกรรมผู้บริโภค, ไรต์แมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

นางสาว ภัทรมณต์ เรืองศรี: ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านค้าแฟและผู้ใช้บริการร้านค้าแฟต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามไรต์แมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สวรรยา ธรรมอภิพล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านค้าแฟและผู้ใช้บริการร้านค้าแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติก และศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ตามไรต์แมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ศึกษาเฉพาะพลาสติก จำนวน 3 ชนิด คือ แก้ว หลอด และถุงพลาสติก ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านค้าแฟ และผู้ใช้บริการร้านค้าแฟ ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม คลอบคลุมตำบล ได้แก่ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางเขม ตำบลลำพญา และ ตำบลวังตะกั่ว จังหวัดนครปฐม รวม 50 ราย ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า ด้านวิธีการและบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการนำเสนอแบบพรรณนาความ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาเรื่องการรับรู้และความเชื่อในตนเอง/อุปนิสัย และปัจจัยทางสังคมจากกลุ่ม Primary Social Factor ที่เป็นพ่อแม่ บุคคลในครอบครัว และเพื่อนสนิท มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการร้านค้าแฟฯ ในขณะที่กลุ่ม Secondary Social Factor ที่เป็นเพื่อนร่วมอาชีพศิลปิน ดารา และนักร้อง มีผลต่อเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเท่านั้น ส่วนปัจจัยจากสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นทั้งจากกระแสการอนุรักษ์ การกระตุ้นจากสื่อ และการเกิดโรคระบาด มีผลทั้งต่อผู้ประกอบการและผู้บริการ ร้านกาแฟฯ ส่วนการกระตุ้นจากเศรษฐกิจจะมีผลต่อผู้บริโภคเท่านั้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ๆ ของผู้ประกอบการร้านค้าแฟ คือ คุณภาพ ราคา ความแข็งแรงคงทน ความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์วัสดุทดแทนพลาสติก คุณภาพของเครื่องดื่ม ความยากง่ายในการหาซื้อ การปรับราคาเครื่องดื่ม โดยต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกออกสู่ตลาดในปริมาณที่เพียงพอ หาซื้อได้ง่ายและราคาไม่แพง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามมาตรการลดการใช้พลาสติกของภาครัฐได้ ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ของผู้บริการร้านค้าแฟ คือ ไม่สะดวกในการพกพาแก้วส่วนตัวและดื่มโดยไม่ใช้หลอดหรือไม่มีถุงหิ้ว หากมีการปรับขึ้นราคาเครื่องดื่ม เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคยอมรับได้ในราคาที่ไม่สูง แต่อาจบริโภคน้อยลงหรือการนำแก้วส่วนตัวและหลอดส่วนตัวมาใช้ โดยต้องการให้ภาครัฐจัดหาวัสดุทดแทนที่มีคุณภาพและราคาสมเหตุสมผล การให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ มาตรการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริโภคแล้วจึงกำหนดเป็นกฎหมายบังคับใช้

621220011 : Major (Public and Private Management)

Keyword : Behavior Modification, Coffee shop operator behavior, Consumer behavior, Plastic waste management roadmap 2018 – 2030

MISS PATRAMON RUANGSRI : BEHAVIOR CHANGE OF COFFEE SHOP ENTREPRENEURS AND CONSUMERSON PLASTIC WASTE REDUCTION POLICY, THAILAND’S ROAD MAPON PLASTIC WASTE MANAGEMENT 2018-2030 THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR SAWANYA THAMMAAPIPON, Ph.D.

This research aimed to study factors affecting coffee shop behavior modification of Coffee shop operators and coffee shop clients in reducing and eliminating the use of plastics cups, straws, and bag, and study the problems and obstacles to reduce and stop using plastics according to Plastic waste management roadmap 2018 – 2030. This study was conducted through in-depth interviews 50 cases with coffee shop operators and coffee shop clients in Muang District including Sanam Chan Subdistrict, Phra Pathom Chedi Subdistrict, Bang Khae Subdistrict, Lampaya Subdistrict, and Wang Taku Subdistrict, Nakhon Pathom Province area. Validate the validity of data triangulation in method and person, the Qualitative analysis is done through content analysis and descriptive presentations. The study found that psychological factors of self-perception and self-belief, character and social factors from the Primary Social Factor groups that were parents, family members, and close friends had the effects of modifying the behavior of both coffee shop operators and coffee shop clients, while the Secondary Social Factor groups, which are people from the same profession, artists, singers, affects only coffee shop clients. As for the factors from the situation and the stimulus from the conservation, Media stimulation and the occurrence of epidemics affects the behavior of operators and coffee shop clients. The stimulus from the economy only affects coffee shop clients. For problems and obstacles that reduce and stop the use of plastics of the coffee shop operators are the quality, price, strength, durability, beauty, and ease of use of plastic substitutes, quality of the drink, difficulty in finding them, and price adjustments. They want the government to support plastic packaging replacement manufacturers in the market, so there are sufficient quantities, easy to find and inexpensive. While problems and obstacles to reduce and stop the use of plastics of coffee shop clients are inconvenience to carry personal glasses, drink without straws or carrying bags provided. If there is a price hike from the packaging, the consumers can take it at an acceptable price that is not too high, but may consume less, or bringing their own personal glasses and personal straws. They want the government to provide quality and reasonably priced substitutes, providing information to create understanding, measures to create incentives for consumers and then enforce it as a law.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี จากความมุ่งมั่นและความตั้งใจของผู้วิจัย โดยได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรรรยา ธรรมอภิพล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ และให้คำแนะนำ รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยอย่างยิ่ง รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนัสกร สิมะขจรบุญ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.คณางค์ คันธมธูรพจน์ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติมแก่ผู้วิจัย ในการแก้ไข ปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้ถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้ให้ความรู้ ความช่วยเหลือให้คำแนะนำและประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย จนกระทั่งผู้วิจัยสามารถนำเอาความรู้ มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยจนเสร็จลุล่วงไปด้วยดี รวมทั้งขอบคุณครอบครัว และเพื่อนนักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกคนที่ช่วยเหลือ แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร และมิตรภาพที่ดีเสมอมา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ เป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการและผู้ให้บริการกรณีศึกษาทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บข้อมูลการวิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัย จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี



ภัทรมณฑท์ เรืองศรี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
ขอบเขตการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์.....	8
2. สถานการณ์ขยะพลาสติกในประเทศไทย.....	20
3. โรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573.....	23
4. บริบทพื้นที่ศึกษา.....	25
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	33
1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	33



2. เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือการวิจัย.....	33
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
4. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
5. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและจริยธรรมในการวิจัย.....	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์.....	37
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 .....	38
ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ฯ.....	57
บทที่ 5 สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	63
5.1 สรุปผลการศึกษา .....	63
5.2 อภิปรายผลการศึกษา .....	67
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	71
รายการอ้างอิง .....	73
ภาคผนวก.....	79
ภาคผนวก ก ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์ .....	80
ภาคผนวก ข ประเด็นคำถามแบบสัมภาษณ์ .....	83
ประวัติผู้เขียน.....	91

## สารบัญตาราง

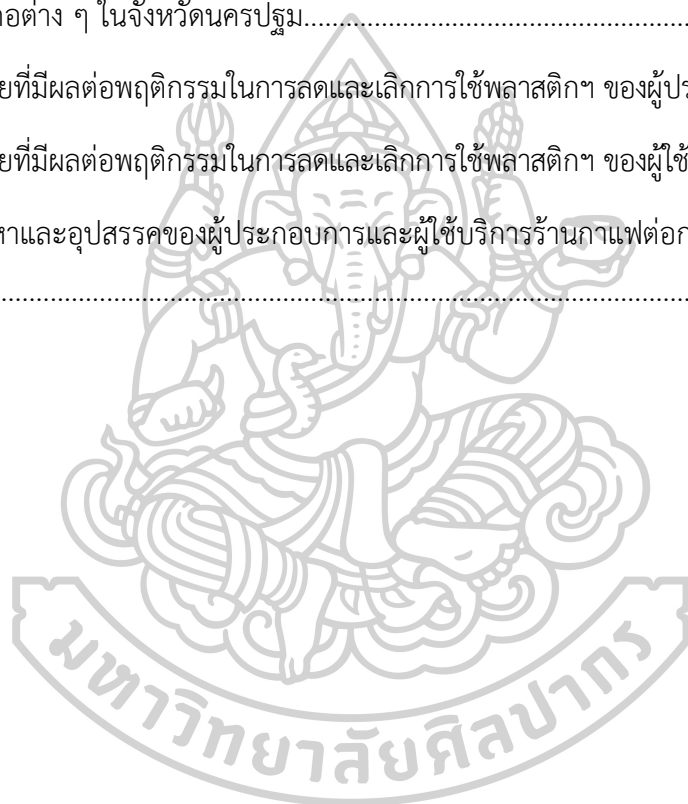
หน้า

ตารางที่ 1 ขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นทั้งหมด ขยะที่ได้รับการกำจัดอย่างถูกต้องและไม่ถูกต้อง และขยะที่ถูกนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2552-2562.....	21
ตารางที่ 2 จำนวนประชากรในจังหวัดนครปฐม จำแนกรายอำเภอ ในปี 2562.....	26
ตารางที่ 3 จำนวนประชากรในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จำแนกรายตำบล ในปี 2562.....	27



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	7
ภาพที่ 2 แผนภาพแสดงขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม.....	19
ภาพที่ 3 อาณาเขตที่ตั้งของจังหวัดนครปฐม.....	25
ภาพที่ 4 อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดนครปฐม.....	26
ภาพที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ของผู้ประกอบการร้านกาแฟ. 64	64
ภาพที่ 6 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ.....	65
ภาพที่ 7 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ.....	66



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากข้อมูลปริมาณขยะมูลฝอยในประเทศไทยโดยกรมควบคุมมลพิษ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2562 จะเห็นได้ว่าปริมาณขยะมูลฝอยของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2552 พบปริมาณขยะมูลฝอยรวมทั้งประเทศ 24.11 ล้านตัน และข้อมูลล่าสุดในปี 2560 - 2562 พบปริมาณขยะเพิ่มขึ้นเป็น 27.37, 27.93 และ 28.71 ล้านตัน ตามลำดับ จากการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะมูลฝอยแสดงให้เห็นถึงภาระในการดำเนินการจัดการขยะของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในเรื่องของงบประมาณและกำลังคนในการเก็บรวบรวม การขนส่งและการกำจัด ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้แนวโน้มปริมาณขยะมูลฝอยที่เข้าสู่ระบบการกำจัดอย่างถูกต้องในประเทศไทยเป็นไปในทิศทางที่ลดลงในปี พ.ศ. 2560-2562 จากร้อยละ 43 ลดลงเหลือร้อยละ 39 และ 34 ตามลำดับ (กรมควบคุมมลพิษ, 2563) เช่นเดียวกับปริมาณการเพิ่มขึ้นของขยะพลาสติกของประเทศไทย ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีขยะพลาสติกเกิดขึ้นประมาณ 2 ล้านตันต่อปี หรือประมาณ ร้อยละ 12 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมด โดยส่วนใหญ่เป็นพลาสติกแบบบางที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง เช่น ถุงร้อน ถุงหูหิ้ว แก้วพลาสติก หลอดพลาสติก ฯลฯ (กรมควบคุมมลพิษ, ม.ป.ป.) ขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นนี้ถูกนำเข้าสู่ระบบการรีไซเคิล เพียงประมาณ 500,000 ตันต่อปีเท่านั้น โดยส่วนหนึ่งจะถูกจัดเก็บเพื่อนำไปกำจัดโดยวิธีการฝังกลบร่วมกับขยะประเภทอื่น ๆ ซึ่งทำให้ใช้พื้นที่ในการฝังกลบและงบประมาณในการดำเนินงานค่อนข้างมาก และส่วนหนึ่งที่ตกค้างในสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ตามมา เช่น ปัญหาทัศนอุจาดและกลิ่นเหม็น ปัญหาการอุดตันท่อระบายน้ำ ปัญหาจากการปลิวของขยะไปยังที่ต่าง ๆ การทิ้งขยะลงสู่แม่น้ำลำคลอง และไหลลงสู่ทะเล เป็นต้น (กรมควบคุมมลพิษ, ม.ป.ป.)

จากปัญหาการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะพลาสติกดังกล่าว ทำให้รัฐบาลโดยคณะรัฐมนตรี (ครม.) เห็นชอบการจัดทำร่างโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 (Thailand's Road Map on Plastic Waste management 2018 - 2030) เมื่อวันที่ 17 เมษายน 2562 ตามที่กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้นำเสนอโรดแมปดังกล่าว โดยประกอบด้วย 2 เป้าหมายสำคัญ คือ เป้าหมายที่ 1 การลดและเลิกใช้พลาสติก โดยระยะแรกจะลดและเลิกใช้พลาสติก 3 ชนิด ภายในปี 2562 ได้แก่ 1) พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (Cap Seal) 2) ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ผสมสารอ็อกโซ่ ซึ่งสามารถย่อยสลายได้ในสภาพแวดล้อมที่มีออกซิเจนและแสงแดดโดยจะแตกสลายกลายเป็นผง และ 3) ไมโครพีดส์ ซึ่งเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดต่าง ๆ เช่น ครีมาบ น้ำ เจลหรือโฟมล้างหน้า ยาสีฟัน ฯลฯ ซึ่งเมื่อถูกชะล้างก็จะไหลไปตามท่อระบายน้ำและลงสู่แหล่งน้ำตามธรรมชาติ และในระยะที่ 2

จะยกเลิกการใช้พลาสติกอีก 4 ชนิด ภายในปี 2565 ได้แก่ 1) ถุงพลาสติกหูหิ้ว ขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน 2) กล่องโฟมบรรจุอาหาร 3) แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และ 4) หลอดพลาสติก ส่วนเป้าหมายที่ 2 คือการนำขยะพลาสติกเป้าหมายกลับมาใช้ประโยชน์ ร้อยละ 100 ภายในปี 2570 โดยมีการดำเนินการจัดการและการขับเคลื่อนผ่านกลไก การสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินการ กลไกการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ กลไกการใช้เครื่องมือและกลไกที่เหมาะสม เช่น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทุกภาคส่วน และกลไกการจัดทำฐานข้อมูลขยะพลาสติกของประเทศ

ร้านกาแฟ เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์จากพลาสติก ได้แก่ แก้วพลาสติก ฝาครอบ ถุงหิ้วและหลอดดูดน้ำ ดังนั้นจะเห็นว่าการดื่มกาแฟ 1 แก้ว สามารถสร้างขยะพลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง อย่างน้อย 4 ชิ้น คือ จากแก้วพลาสติก ฝาครอบ ถุงหิ้วและหลอดดูดน้ำ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) โดยอัตราเฉลี่ยในการบริโภคกาแฟของคนไทยอยู่ที่ปีละ 300 แก้ว/คน/ปี (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2561) ดังนั้นในแต่ละปี คน 1 คน จะสร้างขยะจากการดื่มกาแฟ ประมาณ 1,200 ชิ้น และหากคน 1 คน ดื่มกาแฟตั้งแต่อายุ 20 - 60 ปีขึ้นไป จะสร้างขยะจากแก้วกาแฟมากถึง 58,400 ชิ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านกาแฟ เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากข้อมูลของสถาบันอาหารระบุว่าในปี 2553 ธุรกิจร้านกาแฟมีมูลค่าทางการตลาดอยู่ที่ 14,083 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 17,400 ล้านบาท ในปี 2557 (สถาบันอาหาร, 2558) และจากข้อมูลล่าสุดในปี 2560 ของ Euro-Monitor ระบุว่า ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย มีมูลค่าทางการตลาดสูงถึง 21,220 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) จากกระแส ความนิยมในการดื่มกาแฟ ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคจากการดื่มกาแฟสำเร็จรูป เปลี่ยนเป็นกาแฟสดหรือกาแฟคั่วบดของคนไทยที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ในช่วงปี 2555 - 2559 มีการเติบโตและ การขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟ ทั้งที่เป็นกาแฟระดับพรีเมียมที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศและ ในประเทศมากขึ้น เช่น ร้านกาแฟพีวีเวิลด์ ร้านกาแฟสตาร์บัคส์ ร้านกาแฟลัคแคนยอน ร้านกาแฟวาวิ ในเชียงใหม่ ร้านกาแฟเอมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. รวมถึงร้านกาแฟสดทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ในท้องถิ่นตามพื้นที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะในเขตเมือง โดยมีส่วนแบ่งการตลาดของร้านกาแฟระดับพรีเมียม อยู่ที่ร้อยละ 30 ร้านกาแฟระดับกลาง อยู่ที่ร้อยละ 40 และร้านกาแฟระดับล่าง อยู่ที่ร้อยละ 30 (สถาบันอาหาร, 2558)

จากร่างโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 (Thailand's Road Map on Plastic Waste management 2018 - 2030) ดังกล่าวข้างต้น ในเป้าหมายที่ 1 ในระยะที่ 2 ที่กล่าวถึงการลดและยกเลิกการใช้พลาสติก 4 ชนิด ภายในปี 2565 ได้แก่ 1) ถุงพลาสติกหูหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน 2) กล่องโฟมบรรจุอาหาร 3) แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และ 4) หลอดพลาสติก ซึ่งจะมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟและผู้บริโภคกาแฟในการยอมรับที่จะปฏิบัติตาม

นโยบายหรือโครงการดังกล่าวและประสบความสำเร็จหรือไม่ เช่นเดียวกับนโยบายงด การใช้  
 ถุงพลาสติกที่เริ่มประกาศใช้ทั่วประเทศไปเมื่อ 1 มกราคม 2563 ดังนั้นการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา  
 ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร อุปนิสัยส่วนตัว เป็นต้น ปัจจัยทางสังคม เช่น บุคคลที่เป็น  
 คนในครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูงหรือคนในสังคมนอกข้าง หรือบุคคลที่เป็นที่ชื่นชอบในสังคม เช่น ดารา  
 นักร้อง เป็นต้น ปัจจัยด้านสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เช่น กระแสนิยมแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม  
 สื่อ (สังคมออนไลน์) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง  
 สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมที่บุคคลจะปฏิบัติตาม

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยด้านสถานการณ์  
 และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่อาจเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านอาหารกาแฟ  
 และผู้บริโภคตามนโยบาย ลดและเลิกการใช้พลาสติกประเภทแก้ว ถุงพลาสติกและหลอดดูดน้ำ และ  
 ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติตามนโยบายฯ โดยผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน  
 ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางในการสร้างการรับรู้ การให้ความรู้ความเข้าใจ การส่งเสริม  
 ความตระหนักเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการปฏิบัติที่ดีของผู้ประกอบการและ  
 ผู้ใช้บริการร้านอาหารกาแฟ ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ ที่มีส่วนทำให้เกิดขยะพลาสติก เพื่อให้  
 บรรลุการดำเนินงานให้ตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติกฯ

### ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านอาหารกาแฟและ  
 ผู้ใช้บริการร้านอาหารกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก  
 พ.ศ. 2561-2573
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการ  
 ขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

### ขอบเขตการศึกษา

#### 1. ขอบเขตเชิงเนื้อหา

ดำเนินการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านอาหารกาแฟและ  
 ผู้ใช้บริการร้านอาหารกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติก (3 ชนิด ได้แก่ แก้วพลาสติก หลอดดูด ถุงพลาสติก)  
 ตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 โดยศึกษาว่าปัจจัยทางจิตวิทยา  
 (เช่น การรับรู้/อุปนิสัย) ปัจจัยทางสังคม (ครอบครัว เพื่อน บุคคลที่มีชื่อเสียง การปฏิบัติตามดารา  
 นักแสดงที่มีชื่อเสียงหรือที่ชื่นชอบ รวมถึงการได้รับข้อมูลของสื่อต่าง ๆ) และปัจจัยด้านสถานการณ์  
 และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (กระแสนิยมแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สื่อ (สังคมออนไลน์) รวมถึงการ



เปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม) รวมถึงศึกษาปัญหาและอุปสรรค หากภาครัฐกำหนดให้ลดและเลิกการใช้พลาสติกจาก แก้วกาแฟ หลอดดูดและถุงพลาสติก ในทรรคนะของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ จะประสบปัญหาหรืออุปสรรค และได้รับผลกระทบอย่างไรจากนโยบายดังกล่าวอย่างไร

## 2. ขอบเขตเชิงพื้นที่และประชากร

ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

ธุรกิจร้านกาแฟ ศึกษาเฉพาะร้านกาแฟขนาดย่อยแบรนด์ไทยที่มีราคาขายกาแฟต่อแก้ว เฉลี่ย 30-45 บาท ซึ่งแบ่งตามขนาดทุนและราคาขายตามเกณฑ์ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2551) เนื่องจากเป็นกลุ่มร้านกาแฟที่มีจำนวนมาก โดยไม่เลือกร้านกาแฟที่มีลักษณะเป็นเฟรนไชส์ เนื่องจากผู้ประกอบการต้องดำเนินการตามรูปแบบและระบบธุรกิจของเจ้าของสิทธิ์ที่เป็นผู้พัฒนาขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจไม่สามารถให้ข้อมูลในเชิงบริหารและข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้

ร้านกาแฟ คัดเลือกร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า จำนวนผู้บริโภคและร้านกาแฟทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตเมือง (สราวุธ พุฒนวล, 2562) โดยในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีทั้งหมด 25 ตำบล ผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแทนพื้นที่ในเขตเมือง ที่เป็นที่ตั้งของสถานที่ราชการ สถานศึกษา ร้านอาหาร ย่านบันเทิง ย่านการค้า ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก ใน 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และ ตำบลวังตะกั่ว

## 3. ขอบเขตเชิงประชากร

### กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการร้านกาแฟ ที่เปิดให้บริการในพื้นที่ 5 ตำบล คือ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว และดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี รวมจำนวน 25 คน และ 2) ผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในพื้นที่ 5 ตำบล คือ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว ที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี รวมจำนวน 25 คน

## 4. ขอบเขตเชิงเวลา

ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 8 เดือน

## 5. ขั้นตอนของการศึกษา

ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารข้อมูลทุติยภูมิ เกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ โรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 บริบทพื้นที่ศึกษา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบความคิดในการศึกษา
2. เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในพื้นที่ศึกษาที่กำหนดไว้
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก
4. การสรุปผลการศึกษา การพรรณนาความ ภายใต้กรอบแนวคิดการศึกษา
5. การเสนอแนะ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้แก้วพลาสติก หลอดพลาสติกและถุงพลาสติก และปัญหาอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติกชนิดดังกล่าว
2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้กำหนดแนวทางการสร้างความรู้ความเข้าใจ การส่งเสริมความตระหนัก และการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ตลอดจนแนวทางการลดปัญหาและอุปสรรคให้แก่ผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ จากมาตรการลดและเลิกการใช้แก้ว หลอดและถุงพลาสติก อันนำไปสู่ความสำเร็จตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ร้านกาแฟ หมายถึง ร้านกาแฟขนาดย่อยแบรนด์ไทยที่มีราคาขายกาแฟต่อแก้วเฉลี่ย 30-45 บาท และไม่เลือกร้านกาแฟที่มีลักษณะเป็นเฟรนไชส์
2. ผู้ประกอบการร้านกาแฟ หมายถึง ผู้ประกอบกิจการร้านกาแฟที่เปิดให้บริการในพื้นที่อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ใน 5 ตำบล คือ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี
3. ผู้ใช้บริการร้านกาแฟ หมายถึง ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟ ในพื้นที่อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 5 ตำบล คือตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และ ตำบลวังตะกั่ว โดยซื้อเครื่องดื่มทุกชนิดไม่จำกัดเฉพาะกาแฟ และมีอายุไม่น้อยกว่า 18 ปี



4. การลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 หมายถึง การลดและเลิกการใช้พลาสติก 4 ชนิดที่กำหนดไว้ตามโรดแมปฯ ในเป้าหมายที่ 1 ในระยะที่ 2 ได้แก่ 1) ถังพลาสติกหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน 2) แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว 3) โฟมบรรจุอาหาร 4) หลอดพลาสติก ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะการลดพลาสติกจากธุรกิจร้านกาแฟ 3 ชนิด ได้แก่ 1) ถังพลาสติกหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน 2) แก้วพลาสติก แบบใช้ครั้งเดียว และ 3) หลอดพลาสติก

5. พฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 หมายถึง การแสดงออกถึงการรับรู้ความเข้าใจ และการแสดงออกของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

6. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟในการลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 หมายถึง ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยด้านสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการปฏิบัติตามหรือยอมรับในการลดและเลิกการใช้พลาสติก

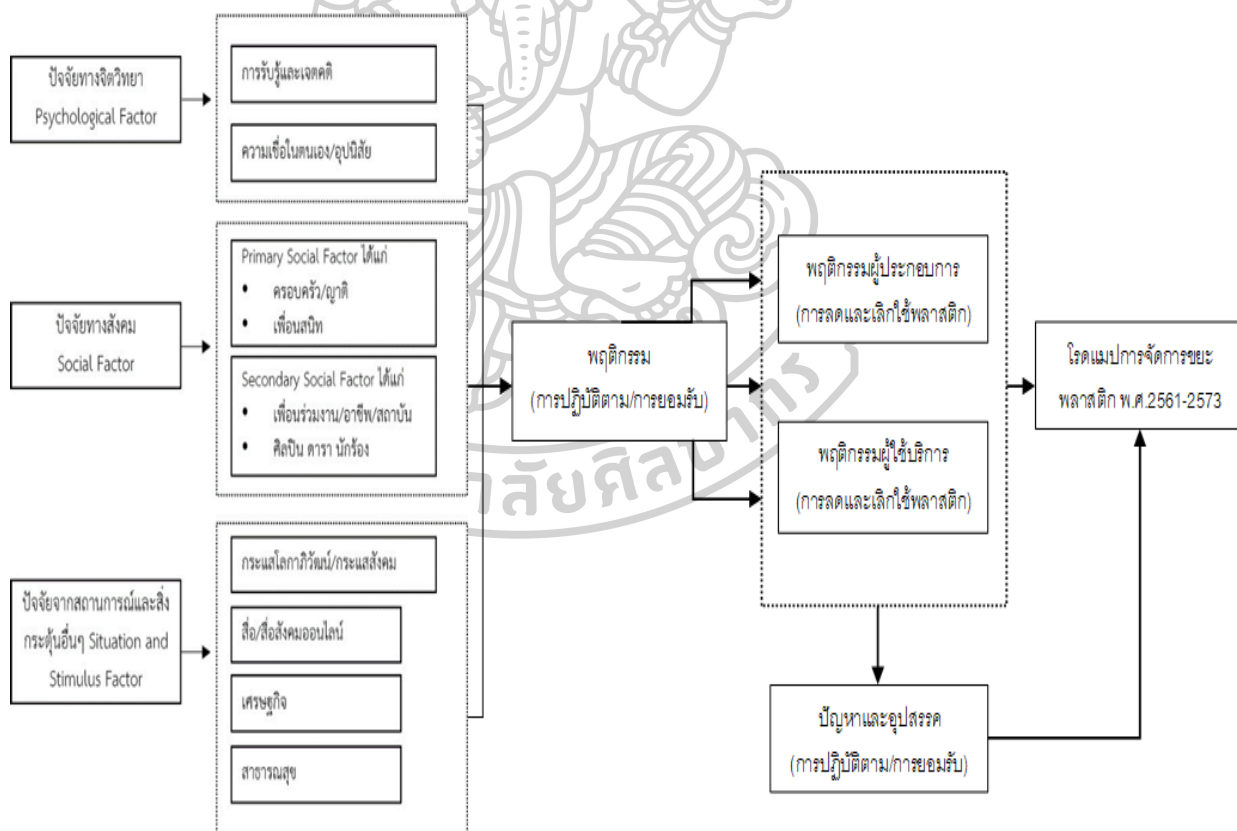
7. ปัจจัยทางจิตวิทยา หมายถึง ปัจจัยที่ประกอบด้วยอุปนิสัย และการเรียนรู้ โดยจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรับรู้และตีความสิ่งเร้าก่อนที่ร่างกายจะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

8. ปัจจัยทางสังคม หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ โดยที่พฤติกรรมของคนคนหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคม ทั้งในกลุ่ม Primary Social Factor และ Secondary Social Factor เกิดการถ่ายทอด การเรียนรู้ ออกกฎเกณฑ์ทางสังคม เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการอยู่ร่วมกัน กระบวนการของกลุ่ม กระบวนการทางสังคม และสิ่งแวดล้อมหรือวัฒนธรรม จึงมีส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟในการลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

9. ปัจจัยด้านสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ หมายถึง สิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นบุคคลและไม่ใช่บุคคล สถานการณ์ต่าง ๆ เช่น สภาพเศรษฐกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค สาธารณสุข สื่อ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

## กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปอธิบายกรอบแนวคิดการวิจัยได้ว่าการที่มนุษย์เราจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและแสดงออกถึงพฤติกรรมนั้น จะเป็นผลมาจาก 3 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การมีความเชื่อ และแนวคิดของตนเอง หรืออุปนิสัยส่วนตัวนั่นเอง ปัจจัยทางสังคม จากการกระตุ้นของคนรอบข้าง ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูงหรือคนในสังคมนั้น บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือบุคคลที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในสังคม เช่น ดารา นักร้อง เป็นต้น และปัจจัยทางสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เช่น กระแสนิยมแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สาธารณสุข ปัจจัยดังกล่าวนี้จะมีผลต่อการยอมรับ การปฏิบัติตามและการแสดงออกของพฤติกรรมมนุษย์ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลที่เป็นหนังสือ ตำรา รายงานการวิจัยและระบบสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์
2. สถานการณ์ขยะพลาสติกในประเทศไทย
3. โรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573
4. บริบทพื้นที่ศึกษา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์

##### 1.1 ความหมายของพฤติกรรมมนุษย์

สำหรับความหมายของคำว่าพฤติกรรม มีนักวิชาการท่านต่าง ๆ ได้ให้ความหมายไว้หลากหลายทรรศนะ ดังนี้

บุรฉัตร จันทร์แดง และคณะ (2562) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกของจิตใจทั้งภายในและภายนอก เป็นการกระทำเพื่อสนองความต้องการของบุคคล ซึ่งบุคคลอื่นสังเกตและใช้เครื่องมือวัดได้

ลักขณา สรวิวัฒน์ (2544) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกลึกซึ้งความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจสังเกตเห็นได้โดยทางตรงหรือทางอ้อมบางลักษณะอาจสังเกตได้โดยไม่ใช้เครื่องมือช่วยหรือต้องใช้เครื่องมือช่วย

ราชบัณฑิตยสถาน (2556) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

ธัญญา ธีระกนิษฐ์ (2555) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรม โดยกล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง อาการที่แสดงออกของมนุษย์ ปฏิบัติการโต้ตอบต่อสิ่งเร้าที่อยู่รอบตัว โดยจากการสังเกตหรือการใช้เครื่องมือช่วยวัดพฤติกรรม ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการทางร่างกาย

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต (2549) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง สิ่งที่เกิดจากกระทำ แสดงออกมา ตอบสนอง หรือโต้ตอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งโดยที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้

จากการทบทวนวรรณกรรมความหมายของพฤติกรรมจากนักวิชาการ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกรู้สึกนึกคิดความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งผู้อื่นอาจสังเกตเห็นได้โดยตรงหรือทางอ้อม และอาจไม่ใช้เครื่องมือช่วยหรือต้องใช้เครื่องมือช่วย

## 1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรม

บลูม (Bloom, 1975) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของพฤติกรรมว่ามี 3 ส่วน ได้แก่ พฤติกรรมด้านความรู้ (Cognitive domain) พฤติกรรมด้านความรู้เกี่ยวกับสุขภาพเป็นกระบวนการทางด้านสมอง เป็นความสามารถทางด้านสติปัญญา ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้การจำข้อเท็จจริงต่าง ๆ รวมทั้ง การพัฒนาความสามารถ และทักษะทางสติปัญญา การใช้ความคิด วิจัยรณญาณ เพื่อประกอบการตัดสินใจ

พฤติกรรมด้านเจตคติ (Affective domain) เจตคติ เป็นกระบวนการทางด้านจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก ความสนใจ เจตคติการให้คุณค่า การปรับปรุงค่านิยม การแสดงคุณลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ รวมไปถึงความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ กัน

พฤติกรรมการปฏิบัติ (Psychomotor domain) พฤติกรรมด้านการปฏิบัตินี้เป็นการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกายซึ่งรวมทั้งพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตได้ เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่บุคคลปฏิบัติออกมา โดยมีด้านความรู้และด้านเจตคติเป็นตัวช่วยให้เกิดพฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่ถูกต้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยด้านการปฏิบัติซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงออกและสังเกตได้ เป็นผลมาจากพฤติกรรมด้านความรู้และเจตคติที่เป็นช่วยผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติที่ดี

## 1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์

บุรฉัตร จันทร์แดง และคณะ (2562) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์ ประกอบด้วย 3 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้วยจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ สามารถอธิบายได้ดังนี้

## 1) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factor : PF)

### ประกอบด้วย การรับรู้ เจตคติ และสติปัญญา

การรับรู้ เป็นขั้นตอนแรกของการมีพฤติกรรม แต่การรับรู้เป็นเพียงตัวแปรตัวหนึ่งเท่านั้น ในการเกิดพฤติกรรมยังมีตัวแปรอื่น ๆ อีกมากมายที่มีส่วนในการเกิดพฤติกรรม เช่น ทักษะคติ บทบาท และความคาดหวังในบทบาทแรงจูงใจ ฯลฯ เป็นต้น อย่างไรก็ตามการรับรู้มีความสำคัญต่อพฤติกรรมในแง่ที่ว่า ถ้าบุคคลรับรู้ถูกต้องแม่นยำการแสดงพฤติกรรมก็จะออกไปในรูปแบบหนึ่ง ถ้าบุคคลรับรู้อย่างไม่ถูกต้องแม่นยำจะทำให้การแสดงพฤติกรรมจะออกมาในอีกรูปแบบหนึ่ง นั่นคือ การรับรู้มีส่วนทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมแตกต่างกัน (จิตชนก ทองไทย, 2556)

การรับรู้ ทำให้พฤติกรรมการตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัวของแต่ละบุคคล โดยมีอวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และกาย เป็นตัวรับสัมผัสสิ่งต่าง ๆ เข้ามา จากนั้นจะส่งผลไปตีสมองเพื่อทำการแปลผลจากการรับสัมผัสจากอวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5 ทำให้บุคคลนั้นเกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้าเหล่านั้น ๆ และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ (กุลวรรณ วิทยาวงศ์รุจิ, ม.ป.ป.)

การรับรู้ คือ ขบวนการประมวลและตีความข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวเราโดยผ่านอวัยวะรับความรู้สึก สิ่งมีชีวิตทุกชนิดจะมีความรู้สึกตอบโต้ต่อสิ่งที่มากระตุ้น หรือตัวกระตุ้น ซึ่งเรียกว่า สาเหตุของพฤติกรรม และเรียกการตอบสนองว่า พฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งจำเป็นต้องใช้ประสบการณ์เดิม ความรู้เดิม หรือความชัดเจนที่เคยมีมาแต่หนหลัง ถ้าไม่มีความรู้เดิมหรือลืมเรื่องนั้น ๆ ไปแล้ว ก็จะไม่มีการรับรู้กับสิ่งเร้าเหล่านั้น ๆ มีเพียงแต่การสัมผัสกับสิ่งเร้าเท่านั้น (ปราณี รามสูต, 2542; วิภาพร มาพบสุข, 2546; ทรงพล ภูมิพัฒน์, 2540)

การรับรู้ หมายถึง การตีความของบุคคล หรือเกิดจากการที่บุคคลรับรู้โลกรอบตัวของตน และตีความออกมาเป็นความคิด ความรู้สึก การตัดสินใจ และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมของบุคคล ดังนั้น การเข้าใจเรื่องการรับรู้จะช่วยให้บุคคลเข้าใจกระบวนการต่าง ๆ ในองค์การ ทั้งทางด้านพฤติกรรม การทำงานและการสื่อสาร รวมทั้งความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อกันในขณะนั้น การได้ข้อมูลอย่างเที่ยงตรงมีผลต่อการทำความเข้าใจผู้อื่น ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ (Baron and Greensberg, 1995, อ้างถึงใน นพวรรณ กาญจนวรรณ, 2540)

การรับรู้ หมายถึง การที่บุคคลได้รับ ตีความ และตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น การรับรู้แบ่งได้เป็น 2 กิจกรรม คือ การรับข้อมูลและการแปลข้อมูลให้เป็นข้อความตามความเข้าใจ การรับรู้จะต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร ความสนใจและประสบการณ์จึงสามารถทำให้แปลความถูกต้อง (บรรยงค์ โตจินดา, 2543)

การรับรู้ เป็นการตีความและแปลข้อมูลตามความเข้าใจ โดยต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ข่าวสาร จึงเป็นกระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารที่เปรียบเสมือนเครื่องกรองโดยแต่ละบุคคล การกลั่นกรองข่าวสารสามารถกลั่นกรองได้ทั้งหมด



4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1. การเปิดรับ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารที่ต่างกันออกไป 2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเปิดรับข่าวสารโดยเลือกตามความสนใจ เพื่อไปสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และมักจะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับหรือเป็นข่าวสารที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง 3. การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว บางครั้งผู้รับอาจไม่ได้ตีความข่าวสารนั้นเหมือนที่ผู้ส่งสารจะสื่อออกไป ขึ้นอยู่ที่บุคคลจะตีความหมายของสารในการตีความหมายก็มาจากทัศนคติ ประสบการณ์ สถานการณ์ ณ ตอนนั้น 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลเลือกจดจำเฉพาะข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ ความสนใจ ทัศนคติของตนเอง ข่าวสารที่บุคคลจดจำจะมีเนื้อหาที่ช่วยสนับสนุนความคิดหรือความเชื่อเดิมที่บุคคลมีอยู่ (Klapper, 1960)

ทัศนคติหรือเจตคติทัศนคติ เป็นแนวโน้มหรือขั้นเตรียมพร้อมของพฤติกรรม นักจิตวิทยาบางท่าน เรียกว่า ทัศนคติ เป็นการตอบสนองสิ่งเร้าทางจิตใจซึ่งคล้ายกับการตอบสนองทางร่างกายต่างกัน แต่วยังไม่ได้ออกกำลังกายเท่านั้น (Suwannachot, 1984: 223) ทัศนคติแม้จะเป็นผู้กำหนดทิศทางของพฤติกรรม แต่ทัศนคติมิได้กำหนดเวลาที่ควรแสดงพฤติกรรม ทั้งยังมีได้กำหนดว่า ควรแสดงพฤติกรรมมากน้อยเพียงใด สิ่งที่กำหนดเวลาและปริมาณของพฤติกรรมนั้น เรียกว่า แรงจูงใจ ดังนั้น ทัศนคติจึงเป็นผู้วางแนวหรือทิศทางให้แรงจูงใจ และแรงจูงใจเป็นผู้กำหนดพฤติกรรมอีกทอดหนึ่ง (Jitpitak, 1982)

สติปัญญา คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีหลายประการ เช่น ความจำ อารมณ์ สติปัญญา ความพร้อม การสังเกตพิจารณา เป็นต้น อันเป็นผลมาจากการเรียนรู้เดิมซึ่งนักจิตวิทยาถือว่า การรับรู้เป็นสิ่งที่เลือกสรรอย่างยิ่ง นับตั้งแต่การเลือกสัมผัส เลือกเอาเฉพาะที่ต้องการและแปลความให้เข้าข้างตัวเอง (ชิดชนก ทองไทย, 2556)

สติปัญญา เป็นความสามารถในตัวบุคคลที่จะทราบได้จากพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออก ระดับของสติปัญญาสังเกตได้จากการแสดงออกที่มีความคล่องแคล่ว รวดเร็ว ความถูกต้อง ความสามารถในการคิด การแก้ปัญหา และการปรับตัว การใช้แบบทดสอบวัดสติปัญญาจะทำให้ทราบระดับสติปัญญาชัดเจนขึ้น (อรุณีย์ โรจนไพบูลย์, 2561)

## 2). ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor : SF)

ประกอบด้วย ครอบครัว เพื่อน บุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา นักร้อง นักแสดง รวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ

สังคมเป็นหน่วยย่อยของวัฒนธรรม ดังนั้นจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ตลอดจนเข้าไปมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยด้านสังคมจะประกอบไปด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ (Walters, 1978) กลุ่มอ้างอิง

จะเป็นกลุ่มที่บุคคลต้องเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มอ้างอิงจะมีผลต่อบุคคลในกลุ่มทางการเลือกพฤติกรรม การดำเนินชีวิต ทักษะคิดและแนวความคิด ค่านิยม เนื่องจากบุคคล ต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงมักปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่าง ๆ จากกลุ่มอิทธิพลกลุ่มอ้างอิง แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท ซึ่งมีการพบปะกันอย่างต่อเนื่องแบบเป็นกันเอง สนับสนุนมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด

ครอบครัว หน่วยแรกสุด เป็นสิ่งแวดล้อมที่ใกล้ชิดกับตัวที่สุดและให้ประสบการณ์โดยตรง คือ พ่อแม่และลูก มีปฏิสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ยังมีหน่วยอื่นอีก เช่น ครอบครัวของญาติ ศูนย์เลี้ยงดูแลเด็ก ห้องเรียนที่โรงเรียน เป็นต้น ในแต่ละระบบจุลภาคนี้ พฤติกรรมของเด็กจะกระทบต่อคนอื่น ๆ ซึ่งเขาเหล่านั้นจะส่งผลกระทบต่อเด็กในรูปแบบใหม่ได้ แม้แต่ทารกในครรภ์ก็อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมารดาแล้วส่งผลย้อนกลับต่ออนาคตของทารกได้ สิ่งแวดล้อมใดที่คนทุกคนในนั้นสามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทั่วถึงจัดเป็นระบบจุลภาค สำหรับชุมชนและเพื่อนถือเป็นระบบมหภาค เป็นระบบใหญ่ที่สุดของสังคม ซึ่งเป็นที่รวมทุกระบบที่กล่าวมาให้เกี่ยวเนื่องกัน เป็นวัฒนธรรมใหญ่ และวัฒนธรรมย่อยของสังคม วัฒนธรรมเป็นการปฏิบัติและแนวดำเนินชีวิต ซึ่งยอมรับกันในสังคม และสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง ได้แก่ ทักษะเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ในแต่ละวัย ว่าควรสอนอะไรให้เด็กเพื่อทำหน้าที่ในสังคม เมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ควรมีความรับผิดชอบอย่างไรบ้าง แต่วัฒนธรรมก็มีการพัฒนาไปตามกาลเวลา มีเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ของสังคม เช่น ภาวะสงคราม สภาพเศรษฐกิจ ภัยพิบัติ จากธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เราไม่สามารถสรุปได้ว่า คนในสังคมเดียวกันจะมีพฤติกรรมเหมือนกันหมด เพราะคนที่เกิดและมีประสบการณ์ต่างยุคสมัยกันจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมระดับมหภาคที่แตกต่างกัน (Bronfenbrenner cited by Sigelman and Shaffer, 1995)

ครอบครัว เป็นสถาบันพื้นฐานแรกที่สุดของมนุษย์และเป็นสถาบันที่เก่าแก่ที่สุดในโลก ทำหน้าที่ในการหล่อหลอมความเป็นมนุษย์ของสมาชิกเกิดใหม่ในครอบครัว การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวและการให้การศึกษาในครอบครัวมีอิทธิพลต่อระดับคุณภาพของคนและบุคลิกภาพ ซึ่งรวมทั้งค่านิยม เจตคติ และพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน ครอบครัว ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม มีผลกระทบบอกันและกัน ต่างมีกระบวนการ วิวัฒนาการ และการเปลี่ยนแปลงโดยไม่มี การหยุดนิ่ง ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติกระทรวงวัฒนธรรม, 2542)

ครอบครัว เป็นสังคมแห่งแรกของมนุษย์ (Primary Group) หน่วยสังคมที่เล็กที่สุดแต่มีอิทธิพลยิ่งใหญ่ที่สุดต่อพฤติกรรมของเด็กที่จะตามมาในอนาคต เป็นสังคมที่ประกอบไปด้วย บิดามารดา อันถือว่าเป็นผู้ใกล้ชิดและเป็นเพื่อนที่ดีที่สุด สภาพของครอบครัวและบิดามารดาจึงถือว่าเป็น

สังคมแห่งแรกที่มีอิทธิพลต่อเด็กมากที่สุด การเรียนรู้และปรับตัวทางสังคมของเด็กมิได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ แต่ได้รับอิทธิพลจากครอบครัวซึ่งเป็นสถาบันแห่งแรกที่ได้มีความผูกพันอย่างใกล้ชิด ในเบื้องต้นของชีวิต อิทธิพลของครอบครัวจึงมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาบุคลิกของเด็กทั้งกายและใจ ครอบครัวเป็นสถาบันแห่งแรกที่สร้างนิสัย ความคิด ความเชื่อถือ ค่านิยมและทัศนคติ (เดชา ศิริเจริญ, 2555)

ครอบครัวเป็นบ่อเกิดการเรียนรู้ที่สำคัญ การอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่ทำให้บุคคลได้รับการเรียนรู้ในสิ่งต่าง ๆ ทำให้มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลซึ่งอาจรับได้จากการถูกอบรมหรืออาจได้จากการเลียนแบบก็ได้ (พรรณทิพย์, 2538: 173-189, อ้างถึงใน ศุภาศิริ การิกกาญจน์, 2541: 20)

เพื่อน เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมากทั้งด้านทัศนคติและการปฏิบัติตน บุคคลจะมีความผูกพันกับเพื่อนมากกว่าวัยอื่น ๆ และมีความต้องการที่จะให้ตนเองเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน จึงมักจะแสดงออกตามเพื่อนในกลุ่ม กลุ่มเพื่อนจึงมีอิทธิพลต่อการชักนำให้บุคคลปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสังคม เช่น การชักชวนกันเข้าร่วมกิจกรรมเล่นกีฬาต้านยาเสพติด หรือทำสิ่งที่ขัดต่อกฎเกณฑ์ของสังคมได้ เช่น การยกพวกทะเลาะวิวาทกันของกลุ่มต่างสถาบัน เป็นต้น (ฐิติวรรณ เรื่องสัมพันธ์, ม.ป.ป.)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ครอบครัว เป็นหน่วยสังคมแรกที่มีอิทธิพลต่อบุคคล ผู้ที่มีความสำคัญมากในครอบครัว คือ พ่อ และแม่ ซึ่งเป็นผู้เลี้ยงดู อบรม สั่งสอน จึงถือว่ามีความใกล้ชิดกับลูกมากที่สุด ครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อการกำหนดค่านิยมพื้นฐาน ทัศนคติ โลกทัศน์ และพฤติกรรมอันเป็นนิสัยของบุคคลนั้น หน่วยต่อมา คือ เพื่อน เมื่อโตขึ้นเด็กต้องเข้าโรงเรียน ดังนั้นเพื่อนทั้งในโรงเรียน เพื่อนบ้าน เพื่อนในมหาวิทยาลัย หรือแม้แต่เพื่อนร่วมงาน บุคคลเหล่านี้มักจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดค่านิยมในการแสดงออกทัศนคติ และพฤติกรรมที่ยอมรับได้ของบุคคลมาก เช่นเดียวกัน ทั้งนี้หน่วยสังคม ชั้นสังคมระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ ทั้งที่เป็นชั้นสังคมในระดับเดียวกัน หรือต่างระดับกัน ต่างถือว่ามีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการกำหนดรูปแบบในการดำเนินชีวิตของบุคคลและการกำหนดบรรทัดฐานของพฤติกรรมทั้งสิ้น

1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมสถาบัน บุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา นักแสดง เป็นต้น

เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมสถาบัน เป็นกลุ่มเพื่อน กลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งมักจะติดต่อกันแบบเป็นทางการ มีอิทธิพลต่อการชักนำให้บุคคลปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสังคม ในการที่จะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งเกิดจากความเชื่อของบุคคลต่อความต้องการของสังคม เช่น นาย ข เป็นเพื่อนสนิทกับนาย ค นาย ข ลงคะแนนเสียงเลือกนาย ก เป็นหัวหน้าห้อง และนาย ข ต้องการให้นาย ค ลงคะแนนเสียงให้นาย ก และนาย ค ทำตามความต้องการของนาย ข (Ajzen, 2002; Fishbein and Ajzen, 1975)

บุคคลที่มีชื่อเสียง คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นที่รู้จักของสังคมจากความสำเร็จ ในหลากหลายอาชีพการงานเช่น กีฬา ธุรกิจบันเทิง การเมือง สื่อวิทยุและโทรทัศน์ องค์กรธุรกิจ และ



อื่น ๆ โดยผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมในการเลียนแบบในสิ่งที่บุคคลที่มีชื่อเสียงแสดง หรือสื่อสารออกมา (Muda, Musa and Putit, 2011)

บุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นกลุ่มคนอ้างอิงที่มีอิทธิพลอย่างมากในการรับรองถึงประโยชน์ของการใช้สินค้าการสนับสนุนสินค้าหรือแสดงออกเสมือนหนึ่งนักประชาสัมพันธ์ของตราสินค้านั้น ๆ ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Chan, Ng and Luk, 2013)

ดารานักแสดง (Actor, Actress) คือ บุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ที่แสดงเป็นตัวเอกในละครหรือภาพยนตร์ ถ้าเป็นนักแสดงรุ่นเก่าที่มีชื่อเสียงที่สั่งสมมานาน จะมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่เสมอ มักไม่ค่อยมีเรื่องเสื่อมเสียให้เกิดประเด็นทางสื่อ บุคคลที่มีชื่อเสียงรุ่นต่อมากจะมีผู้ที่คอยดูแลทั้งด้านการเงินอาจเลือกจากบุคคลที่สนิทของตัวนักแสดงเอง ซึ่งได้พัฒนามาเป็นผู้จัดการส่วนตัว อย่างไรก็ตามบุคคลที่มีชื่อเสียงกลุ่มนี้จะมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจากการสังเกตตามสื่อสาธารณะ (ภัสสรนันท์ เอนกธรรมกุล, 2553)

ในยุคสื่อสังคมโซเชียลมีเดีย ผลกระทบจากสื่อต่าง ๆ ส่งผลต่อบุคคลก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบคนดังและคนที่ตนชื่นชอบของเยาวชนไทย โดยวัยรุ่นมีพฤติกรรมเลียนแบบตัวละครหรือนักแสดงมาเป็นอันดับ 1 ขณะที่แฮกรับเชิญ/ผู้ร่วมแข่งขันในรายการทีวีมาเป็นอันดับ 2 และพิธีกร/ผู้ดำเนินรายการมาเป็นอันดับ 3 (สำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีการใช้เวลากับทีวีถึง 1-3 ชั่วโมงต่อวัน ทว่าบางส่วนใช้เวลากับทีวีสูงถึง 5 ชั่วโมงต่อวัน และรายการที่เป็นที่นิยม 2 อันดับแรกคือ 1 ละคร/ภาพยนตร์ 2 เรียลิตี้โชว์/การแสดงความสามารถ ทำให้เห็นถึงอิทธิพลของความเป็นดารารายอย่างชัดเจน เมื่อมองไปที่มูลค่าของอิทธิพลที่ดาราลำดับนั้นมี จะเห็นว่าดารากฎใช้เครื่องมือสร้างความน่าเชื่อถือ มีมูลค่าทางการตลาดที่บริษัทยินดีที่จะจ่ายเพื่อให้ดารามาเป็นพรีเซ็นเตอร์ในค่าตัวที่สูงอย่างน่าเหลือเชื่อ บอกเป็นนัยว่า ดารา คือ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้คนในสังคม

สาเหตุของพฤติกรรมเลียนแบบดารารายที่เพิ่มมากขึ้นในยุคปัจจุบันมี 3 สาเหตุหลัก ได้แก่ (สำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ, 2556)

1. การเติบโตของวัยรุ่นปัจจุบัน เด็กวัยรุ่นช่วงอายุตั้งแต่ 12-19 หรือแม้แต่ 20 ปีตอนต้น จะเติบโตมาในครอบครัวเดี่ยวอันประกอบไปด้วย พ่อ แม่ ลูก ลักษณะพิเศษคือ พ่อแม่จะต้องไปทำงาน ทำให้ลูกไม่มีต้นแบบ (Role model) เมื่อลูกเติบโตมากับทีวีและอินเทอร์เน็ต คนดังในสื่อจึงมีอิทธิพลต่อการเลียนแบบของเด็กยุคนี้มากกว่ายุคก่อน ๆ ที่เด็กอาจจะมีต้นแบบเป็นปู่ ย่า ตา ยายที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ

2. ปัจจุบันดารากลายเป็นอาชีพที่มีหน้ามีตาและได้รับการยอมรับในสังคมสูงกว่าหลาย ๆ อาชีพ

3. วัฒนธรรมรายการประกวด กระแสของรายการแนวเรียลิตี้ทำให้คนธรรมดา กลายเป็นดาราได้ โดยขายความเป็นตัวเอง เป็นความสามารถในทางบันเทิง ความหล่อ สวย การร้องเพลง การแสดง รวมถึงความเป็นตัวเอง ทำให้วัยรุ่นสามารถจับต้องและมองว่าตัวเองสามารถเป็นดาราได้

จากเหตุผลข้างต้นจึงเป็นเหตุผลหลักในการทำให้วัยรุ่นเลียนแบบดารา จากการเลียนดู ที่อยู่ใกล้สื่อ ทำให้เห็นดาราเป็นไอดอล ประกอบกับดาราได้รับการยอมรับจากสังคมอย่างมาก แม้ว่าการเลียนแบบดาราจะมีมาทุกยุคทุกสมัย แต่ในปัจจุบันรายการโชว์ความสามารถ ก็จะเป็นความสามารถที่คล้ายกับดาราก็ยังเป็นแรงหนุนให้เกิดการเลียนแบบ ทั้งนี้ ทิศทางการบริโภค สื่อของเด็กรุ่นใหม่ก็มีแนวโน้มที่จะเสพสื่อจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อย ๆ สื่อใหม่ที่เข้ามา มีบทบาทมากขึ้น ในสังคมยุคปัจจุบันก็สร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างสื่อเก่าไม่สามารถทำได้มาก่อน ผลที่เกิดขึ้นตามมานั้น ก็ยังส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบดาราได้มากขึ้นและง่ายขึ้น แทนที่จะเลียนแบบดาราจากบทบาทในจอทีวีหรือสื่อกระแสหลัก ก็หันมาเลียนแบบดาราในฐานะของ คนธรรมดา หรือดาราในสื่ออินสตาแกรมนั่นเอง ดาราในยุคปัจจุบันจึงมีสองบทบาท ในฐานะ สื่อสาธารณะและในฐานะสื่อส่วนตัว เช่น อินสตาแกรม จึงทำให้พฤติกรรมของบุคคลสามารถเสพสื่อ ของดาราได้ทั้งสองด้าน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักให้ความเชื่อถือข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มดาราหรือคนดัง เป็นอย่างมาก เพราะมีความเชื่อมั่นว่าข้อมูลที่ได้รับเป็นข้อมูลจากผู้บริโภคด้วยกันเอง (Peer to Peer) หรือจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert to Peer) ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากกว่าตนและคิดว่า ข้อมูลที่ได้รับไม่ใช่การโฆษณาโดยเจ้าของสินค้าและบริการ จึงยินดีที่จะเปิดรับโดยปราศจากอคติ ผู้บริโภคอาจมีความเชื่อถือดาราหรือคนดังคนใดคนหนึ่งอยู่ก่อนแล้ว และเมื่อได้รับรู้ว่าดาราหรือ คนดังที่ตนชื่นชอบนั้นใช้สินค้าหรือบริการใด ส่วนใหญ่ก็จะต้องการที่จะใช้สินค้าหรือบริการนั้น พร้อมทั้งยินดีที่จะบอกต่อไปยังคนใกล้ชิดอีกด้วย ดังนั้นการอ้างอิงจากดาราหรือคนดังผ่าน อินสตาแกรมนั้นมีอิทธิพลและเป็นตัวรับรองมาตรฐานอย่างดีในการเลือกซื้อ จึงทำให้ผู้บริโภค เกิดความต้องการซื้อสูงมากขึ้น (ณัฐภา อู่ยมาณะชัย, 2556)

### 3) ปัจจัยด้านสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ

ประกอบด้วย กระแสนิยมแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สื่อ (สังคมออนไลน์) รวมถึงการ เปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

สถานการณ์ (Situation) หมายถึง สิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นบุคคลและไม่ใช่มนุษย์ซึ่งอยู่ สภาวะที่บุคคลกำลังจะมีพฤติกรรม (Jitpitak, 1982: 59-66)

สถานการณ์ หมายถึง สิ่งที่อยู่รอบตัวบุคคลทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ต่างมีอิทธิพลต่อ การกระทำของบุคคล มักอยู่ในลักษณะที่บุคคลรับรู้เกี่ยวกับสิ่งที่อยู่รอบตัว ดีความ และ แสดงพฤติกรรมเพื่อปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่อยู่รอบตัวนั้น การแสดงออกเช่นนี้ เป็นสถานการณ์ที่บุคคลรับรู้

แล้วนำมาตีความว่า ตนได้รับการสนับสนุนทางสังคมอย่างไร หลังจากนั้นบุคคลจึงแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เป็นผลของการได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากคนรอบข้าง เป็นต้น สถานการณ์เหล่านี้อาจอยู่ในลักษณะ 2 ประการ คือ ประการแรก สถานการณ์ที่เอื้ออำนวยให้เกิดพฤติกรรมที่น่าปรารถนา เป็นสิ่งรอบตัวที่ช่วยสนับสนุน ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมหนึ่ง ๆ เช่น สถานการณ์การได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบรัก สนับสนุน และใช้เหตุผลมาก การเห็นแบบอย่างที่เหมาะสมมาก การเปิดรับข่าวสารที่มีประโยชน์มาก เป็นต้น และประการที่สอง สถานการณ์ที่ขัดขวางมิให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งเป็นสิ่งรอบตัวบุคคลที่ขัดขวางเป็นอุปสรรคมิให้บุคคลแสดงพฤติกรรมหนึ่ง ๆ ได้ เช่น สถานการณ์การอยู่ใกล้แหล่งยั่วยุมีการมีภาระงานที่หนักเกินไป เป็นต้น (ดวงเดือน พันธุนาวิน, 2541)

สถานการณ์ หมายถึง สถานการณ์ปัจจุบันหรือสภาพแวดล้อมทางสังคมที่บุคคลกำลังเผชิญอยู่ในขณะนั้น ซึ่งจะเอื้ออำนวยหรือขัดขวางการเกิดพฤติกรรม ตัวอย่างเช่น การอบรมเลี้ยงดูจากบิดามารดา ลักษณะความสัมพันธ์ในครอบครัว รวมถึงการได้รับการฝึกฝนจากโรงเรียนให้มีพฤติกรรมที่เป็นพลเมืองดี โดยหากบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดเวลา บุคคลก็มีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมสอดคล้องตามทิศทางที่สถานการณ์ผลักดัน (Endler and Magnusson, 1976; Walsh, Craik, and Price, 2000; Tett and Burnett, 2003)

จากวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า สถานการณ์อาจส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ทั้งที่ช่วยเอื้ออำนวยหรือช่วยสนับสนุนตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ได้แก่ สถานการณ์ภายใต้นโยบายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการดำเนินงานเพื่อลดละเลิกใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวหรือทั้งที่อาจเป็นอุปสรรคทำให้โรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ไม่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ สถานการณ์ที่ผู้ประกอบการร้านค้าไม่สามารหาลำบากหาสินค้าทดแทนที่มีคุณลักษณะและราคาที่เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาดได้ เนื่องจากผู้ผลิตยังไม่นิยมลงทุนเพื่อผลิตสินค้าดังกล่าว อันมีสาเหตุจากงบการลงทุนสูง หรือเนื่องจากวัสดุทดแทนพลาสติก เช่น ขานอ้อยมีราคาแพง เมื่อเทียบกับพลาสติก สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ทำให้การเลี้ยงใช้แก้วพลาสติกทำได้ลำบาก ร้านเครื่องดื่มจึงรับแก้วส่วนตัวจากลูกค้าเพื่อลดอัตราเสี่ยงการแพร่กระจายเชื้อโรค ดังนั้นผู้ที่ซื้อเครื่องดื่มจากร้านค้าต่าง ๆ จึงเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องรับแก้วพลาสติก เป็นต้น

สื่อ มีความหมายครอบคลุมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 ที่รวมทั้งเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่าย เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่นิยามขึ้นว่าจะต้องมีลักษณะที่สามารถจัดการได้ (Manipulated) สามารถเชื่อมต่อเป็นเครือข่าย (Networkable) มีความหนาแน่นและสามารถบีบอัดสัญญาณได้ (Dense and Compressible) มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และมีความเป็นกลาง (Impartial) ดังนั้น

สื่อ จึงให้ความหมายที่รวมถึงอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ มัลติมีเดีย เกมคอมพิวเตอร์ ซีดีรอมและดีวีดีที่ไม่ได้หมายความว่าเฉพาะสื่อแบบเดิม เช่นรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วารสาร หนังสือ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เป็นต้น (Manovich, 2003, อ้างถึงใน ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์, 2554) ซึ่งสื่อใหม่นั้นมีการทำงานที่รวดเร็วมากกว่าสื่อเก่าที่ทำงานด้วยมือหรือเทคโนโลยีแบบเดิมเนื่องจากคอมพิวเตอร์นั้นมีศักยภาพในการทำงานที่รวดเร็วมากขึ้นทำให้เกิดการแตกแขนงของสื่อในรูปแบบใหม่หลายอย่างเป็นสื่อที่มีความทันสมัยมีวิธีการใหม่ ๆ ที่จะสามารถเข้าถึงและจัดการกับข้อมูลข่าวสาร

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นว่าการสื่อสารในยุคปัจจุบันนั้นเป็นการหลอมรวมกันของการสื่อสารหลากหลายประเภทที่แต่เดิมจะมุ่งเน้นแยกใช้การสื่อสารไปตามประเภทต่าง ๆ ตามจุดประสงค์ของการใช้ แต่ปัจจุบันการสื่อสารนั้นอาศัยสื่อใหม่เป็นตัวกลางในการสื่อสารที่นำคุณสมบัติของสื่อประเภทต่าง ๆ มาสร้างเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายสังคมบนโลกออนไลน์ที่มีความนิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายจนกลายเป็นสื่อหลักในการสื่อสารกันของคนในยุคปัจจุบัน โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) รูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนที่รู้จักกันมาก่อนหรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ธนพัทธ์ จันทร์พิพัฒน์พงศ์, 2559)

จะเห็นได้ว่า ในสังคมปัจจุบัน สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ หรืออินเทอร์เน็ต ต่างมีบทบาทสำคัญในการชักจูงให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใดก็ได้ ด้วยเหตุที่สื่อมวลชนจะทำการป้อนข่าวสารรวมทั้งแสดงความคิดเห็นต่อบุคคลและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมตลอดเวลา หากขาดวิจารณญาณที่ดีพออาจถูกโน้มน้าวความคิดได้ง่าย แม้จะกล่าวว่าทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ก็ตาม แต่ทัศนคติบางอย่างนั้นก็จะต้องอาศัยเวลาเนื่องจากการเกิดทัศนคตินั้นจะต้องมีการสั่งสมมาพอสมควร

สถานการณ์ คือ สภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป (ศักดิ์นา ฉัตรกุล ณ อยุธยา, 2562) การระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ยืดเยื้อไม่สิ้นสุด นอกจากจะทำให้คนทั่วโลกต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการดำเนินชีวิตสู่ความปกติในรูปแบบใหม่ หรือ new normal แล้ว ยังเป็นตัวเร่งให้ภาคธุรกิจ กิจกรรมทางเศรษฐกิจต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการดำเนินกิจการ (ประชาชาติธุรกิจ, 2563)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์นั้นตามหลักทฤษฎีมาจาก 3 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาว่าผู้ประกอบการร้านอาหารแพ่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยดังกล่าวหรือไม่อย่างไร และอยู่ในระดับที่จะไปมีผลทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือไม่และอะไรคืออุปสรรค เพื่อเป็นข้อมูลในการส่งเสริมปัจจัยดังกล่าว เพื่อจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนให้เกิดพฤติกรรมปฏิบัติ

#### 1.4 ทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Transtheoretical Model (TTM) หรือ Stage of Change Model)

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Transtheoretical Model : TTM) หรือ Stage of Change Model (Prochaska and DiClemente, 1983 อ้างถึงใน กุลธิดา พานิชกุล และ อติพร สำราญบัว, 2556: 66-75) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์ โดยสามารถสรุปหลักการของทฤษฎีดังกล่าวได้ ดังนี้

ทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Transtheoretical Model/Stage of Change Model) ใช้ตัวย่อว่า “TTM” ถูกพัฒนาโดย Prochaska & DiClemente ซึ่งอธิบายความตั้งใจหรือความพร้อมของบุคคลที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเอง เน้นกระบวนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการตัดสินใจของบุคคล เริ่มจากการสังเกตพฤติกรรมของคนเล็กบุหรือโดยวิเคราะห์ประกอบกับทฤษฎีทางจิตบำบัดแล้วสรุปออกมาเป็นทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Transtheoretical Model (TTM) หรือ Stage of Change Model) ซึ่งได้รับการยอมรับและนำไปประยุกต์ใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทางด้านสุขภาพ การนำ TTM มาประยุกต์ใช้ในพฤติกรรมออกกำลังกายเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1990 โดย Marcus, Selby, Niaura and Ross และ Marcus and Simkin หลังจากนั้นได้มีการนำมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมออกกำลังกาย TTM ได้อธิบายว่า บุคคลไม่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้จากการคิดเพียงครั้งเดียว แต่จะค่อย ๆ พัฒนาความคิดในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปที่ละขั้น ทฤษฎีมีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ส่วน คือ 1) ขั้นตอนการเปลี่ยนแปลง (stages of change) 2) กระบวนการเปลี่ยนแปลง (processes of change) และ 3) ความสมดุลของการตัดสินใจ (decisional balance)

ขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (stages of change) การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมใดต้องผ่านขั้นตอนการเปลี่ยนแปลง (stages of change) ตามลำดับ 6 ขั้น ดังนี้

##### ระยะที่ 1 ระยะก่อนการคิดหรือยังไม่สนใจปัญหา (precontemplation)

เป็นระยะที่บุคคลยังไม่ตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตนเอง ภายในระยะเวลา 6 เดือน ไม่รับรู้ไม่ใส่ใจต่อพฤติกรรมที่เป็นปัญหาของตน อาจเป็นเพราะไม่ได้รับรู้ข้อมูลถึงผลกระทบของพฤติกรรม เมื่อคนเราไม่รู้ข้อมูลหรือขาดข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับปัญหาของพฤติกรรมก็จะไม่เอาใจใส่หรือสนใจต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นหรืออาจเป็นเพราะเบื่อที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองและคิดว่าไม่สามารถเปลี่ยนได้

##### ระยะที่ 2 ระยะเริ่มคิดเริ่มตัดสินใจ หรือขั้นลังเลใจ (contemplation)

เป็นระยะที่บุคคลมีความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ภายในระยะเวลา 6 เดือน ข้างหน้า มีการศึกษาข้อมูลวิเคราะห์ผลดี ผลเสียของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (decision



balance) กลุ่มนี้ควรได้รับการเรียนรู้ว่าเมื่อมีการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมแล้ว เขาจะเป็นอย่างไร ลดอุปสรรคหรือข้อเสียในการเปลี่ยนพฤติกรรม (reduce the cons of changing behavior)

**ระยะที่ 3 ระยะการเตรียมตัวหรือขั้นตัดสินใจและเตรียมตัว (preparation)**

เป็นระยะที่บุคคลตั้งใจว่าจะลงมือปฏิบัติในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ภายในระยะเวลา 1 เดือน เมื่อตัดสินใจแล้วว่าจะเปลี่ยนพฤติกรรมใดของตน จะมีการวางแผนกิจกรรมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ชัดเจน

**ระยะที่ 4 ระยะการสร้างพฤติกรรมใหม่ หรือขั้นลงมือปฏิบัติ (action)**

เป็นระยะที่บุคคลลงมือปฏิบัติหรือกระทำพฤติกรรมที่พึงประสงค์ โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมภายนอกตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 4 - 6 เดือน

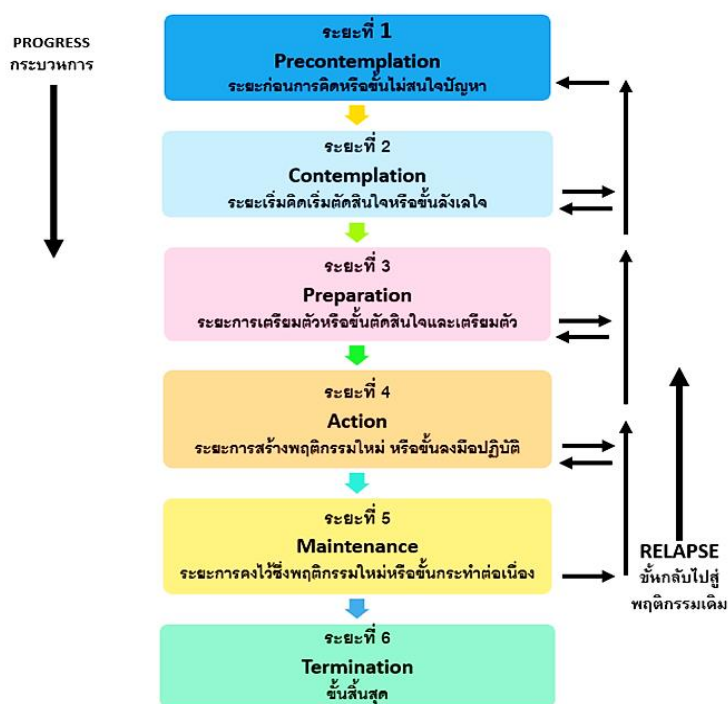
**ระยะที่ 5 ระยะการคงไว้ซึ่งพฤติกรรมใหม่หรือขั้นกระทำต่อเนื่อง (maintenance)**

เป็นระยะที่บุคคลกระทำพฤติกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องเกินกว่า 6 เดือน โดยที่ยังคงทำกิจกรรมที่เป็นการป้องกันการกลับไปมีพฤติกรรมเช่นเดิม (temptation) ระยะนี้ถือว่าเป็นการสร้าง ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (self-efficacy)

**ระยะที่ 6 ขั้นสิ้นสุด (Termination)**

เป็นขั้นที่บุคคลมั่นใจว่าจะไม่กลับไปกระทำพฤติกรรมเดิมที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพอีก

ดั่งภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนภาพแสดงขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

เห็นได้ว่า ขั้นที่ 1-3 คือ ขั้นก่อนปฏิบัติพฤติกรรมเป้าหมาย ส่วนขั้นที่ 4 และ 5 เป็นขั้นกำลังปฏิบัติพฤติกรรมเป้าหมาย ซึ่งบุคคลที่อยู่ในแต่ละขั้นความพร้อมจากขั้นที่ 1 ถึงขั้นที่ 5 อาจเปลี่ยนแปลงขั้นความพร้อมไปในทิศทางลดลง หรือเพิ่มขึ้นได้

จากวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ประกอบการและผู้บริโภค เปรียบได้กับระยะที่ 3 ของขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ตามทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Transtheoretical Model (TTM) หรือ Stage of Change Model) ซึ่งเป็นระยะการเตรียมตัวหรือขั้นตัดสินใจและเตรียมตัว (preparation) เพื่อจะลงมือปฏิบัติ ดังนั้น การที่จะให้ผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟและผู้ใช้บริการร้านค้ากาแฟ จะลงมือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกนั้น จะต้องเริ่มจากการได้รับข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับปัญหาพฤติกรรมของตนเอง (ระยะที่ 1) เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟและผู้ใช้บริการร้านค้ากาแฟ เกิดการวิเคราะห์ผลดี/ผลเสียของการเปลี่ยนพฤติกรรมว่าจะส่งผลดี/ผลเสียต่อเขาเป็นอย่างไร (ระยะที่ 2) เพื่อนำมาสู่การตัดสินใจในการลงมือในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใหม่ของตน (ระยะที่ 3) ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นหรือไม่ ซึ่งเป็นระยะที่จะนำไปสู่ระยะที่ 4 คือระยะของการสร้างพฤติกรรมใหม่ หรือขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติ (action) ดังนั้น หากเราสามารถสร้างแรงจูงใจหรือสร้างการรับรู้ที่จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจและคล้อยตามได้ก็จะสามารถทำให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติตามต่อไป

## 2. สถานการณ์ขยะพลาสติกในประเทศไทย

### 2.1 สถานการณ์ขยะมูลฝอยในประเทศไทย

จากรายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยในประเทศไทย โดยกรมควบคุมมลพิษ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2562 พบว่า ปริมาณขยะของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 24.11 ล้านตัน ในปี 2552 เป็น 28.7 ล้านตัน ในปี 2562 ในขณะที่แนวโน้มขยะที่ได้รับการกำจัดอย่างถูกต้อง ในปี 2560 - 2562 เป็นไปในทิศทางที่ลดลงจากร้อยละ 43 เป็นร้อยละ 39 และร้อยละ 34 ตามลำดับ นั้นแสดงให้เห็นว่า ขยะในบางส่วนที่ไม่ได้รับการกำจัดอย่างถูกต้อง อาจจะถูกเทกองทิ้งไว้ตามที่สาธารณะหรือทิ้งลงในคูคลอง แม่น้ำและไหลลงสู่ทะเลก่อให้เกิดปัญหาอื่นตามมา (กรมควบคุมมลพิษ, 2563) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นทั้งหมด ขยะที่ได้รับการกำจัดอย่างถูกต้องและไม่ถูกต้อง และขยะที่  
ถูกนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2552-2562

ปี	ปริมาณขยะ มูลฝอย (ล้านตัน)	กำจัดถูกต้อง		กำจัดไม่ถูกต้อง		การนำกลับมาใช้ ประโยชน์ใหม่	
		ล้านตัน	ร้อยละ	ล้านตัน	ร้อยละ	ล้านตัน	ร้อยละ
2552	24.11	5.97	25	14.28	59	3.86	16
2553	24.22	5.77	23	14.55	61	3.90	16
2554	25.35	5.64	22	15.61	62	4.10	16
2555	24.73	5.83	24	13.62	55	5.28	21
2556	26.77	7.49	28	14.13	53	5.15	19
2557	26.19	7.88	30	13.49	52	4.82	18
2558	26.85	8.34	31	13.57	51	4.94	18
2559	27.06	9.57	35	11.68	44	5.81	21
2560	27.37	11.69	43	7.17	26	8.51	31
2561	27.82	10.88	39	7.32	27	9.58	34
2562	28.70	9.76	34	6.38	22	12.52	44

ที่มา: กรมควบคุมมลพิษ (2563)

## 1.2 สถานการณ์ขยะพลาสติกในประเทศไทย

จากรายงานของกรมควบคุมมลพิษ (2563) แสดงให้เห็นปริมาณการบริโภคพลาสติก  
รวมภายในประเทศในปี 2560 ประมาณ 5.281 ล้านตัน โดยแบ่งเป็นพลาสติกจำพวกบรรจุภัณฑ์  
เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ การก่อสร้าง ชิ้นส่วนรถยนต์ เครื่องใช้ในครัวเรือน และอื่น ๆ  
โดยพบว่า มีการใช้พลาสติกเพื่อผลิตบรรจุภัณฑ์ในสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.4 ซึ่งเป็นการใช้งาน  
ในระยะสั้นหรือใช้ครั้งเดียว (Single-use plastics) ที่ก่อให้เกิดขยะมากที่สุด ได้แก่ ถุงร้อน ถุงเย็น ถุงหูหิ้ว  
หลอดพลาสติก โดยมีขยะพลาสติกเกิดขึ้นหลังการบริโภคประมาณ 1.93 ล้านตัน มีการกลับไปใช้  
ประโยชน์ เพียงร้อยละ 20.21 ส่วนที่เหลือตกค้างและหลุดรอดสู่สิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดปัญหาต่อ  
สิ่งแวดล้อม



## การดำเนินการจัดการขยะพลาสติกในประเทศไทย

จากข้อมูลของปริมาณขยะมูลฝอยชุมชนในประเทศไทยโดยกรมควบคุมมลพิษ (2562) ได้กล่าวว่า ประเทศไทยมีการดำเนินการจัดการขยะพลาสติก 5 วิธีการด้วยกัน ได้แก่

### 1) การฝังกลบ (Land Fill)

ถุงพลาสติกที่ปนเปื้อนไม่คุ้มกับต้นทุนในการจัดเก็บและการล้างทำความสะอาด เช่น ถุงร้อน ถุงเย็น ที่ใช้บรรจุอาหาร ถุงหูหิ้ว ถุงของพลาสติก ฯลฯ ขยะเหล่านี้มีความคงทนย่อยสลายตามธรรมชาติได้น้อย ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ฝังกลบและงบประมาณในการจัดการขยะมูลฝอย

### 2) การนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่

การนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ โดยผ่านกระบวนการรีไซเคิล (Recycle) และการใช้ซ้ำ (Reuse) แม้ว่าจะเป็นทางเลือกที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาขยะพลาสติก แต่การรีไซเคิลผลิตภัณฑ์พลาสติกมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากต้องใช้เวลาในการคัดแยกพลาสติกซึ่งมีหลากหลายชนิด อีกทั้งถุงพลาสติกส่วนใหญ่มีการปนเปื้อนทำให้เสียเวลาในการทำความสะอาด ทำให้พลาสติกบางส่วนเท่านั้นที่ถูกนำกลับเข้าสู่โรงงานรีไซเคิล ส่งผลให้มีถุงพลาสติกถูกทิ้งเป็นขยะมูลฝอยคงอยู่ในสภาพแวดล้อมเป็นจำนวนมาก

### 3) การนำขยะพลาสติกมาผลิตเป็นเชื้อเพลิง

การนำขยะพลาสติกมาผลิตเป็นเชื้อเพลิง RDF (Refuse Derived Fuel) เนื่องจากขยะพลาสติกเป็นขยะที่ให้ค่าความร้อนสูง เหมาะในการนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิง ในประเทศไทยมีการนำ RDF มาใช้เป็นเชื้อเพลิงในโรงงานผลิตปูนซีเมนต์รายใหญ่ อาทิ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย บริษัทปูนซีเมนต์นครหลวง และบริษัทปูนซีเมนต์ทิพย์

### 4) การเผา

ขยะพลาสติกที่ไม่ได้รับการคัดแยกจะถูกนำไปกำจัดรวมกับขยะมูลฝอยทั่วไป โดยการเผาในระบบเตาเผา 2 รูปแบบคือ เตาเผาผลิตพลังงาน (WTE: Waste to Energy) และเตาเผาทิ้ง โดยเตาเผาผลิตพลังงานมีเพียง 6 แห่ง เตาเผาทิ้งแบบถูกต้องจำนวน 37 แห่ง การเผาแบบไม่ถูกต้องจะส่งผลให้เกิดสารพิษในชั้นบรรยากาศจากส่วนประกอบของพลาสติก อาจนำไปสู่การปนเปื้อนของแหล่งน้ำ แหล่งดิน รวมไปถึงในระบบห่วงโซ่อาหาร รวมถึงการเกิดสาร Dioxin ซึ่งเป็นสารก่อมะเร็ง

### 5) น้ำมัน

ขยะพลาสติกสามารถนำมาแปรรูปเป็นน้ำมันไพโรไลซิส (Pyrolysis) ได้ เนื่องจากขยะพลาสติกจะมีสารไฮโดรคาร์บอนเป็นองค์ประกอบหลัก ปัจจุบันประเทศไทยมีการศึกษาทดลองแปรรูปขยะพลาสติกเป็นน้ำมันไพโรไลซิสในหลายพื้นที่ แต่ยังไม่เกิดผลเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน หากมีการนำขยะพลาสติกมาแปรรูปเป็นน้ำมันไพโรไลซิสได้จะช่วยแก้ไขปัญหาขยะพลาสติกได้วิธีหนึ่ง

### 1.3 ปัญหาการจัดการขยะพลาสติกในประเทศไทย

จากข้อมูลของปริมาณขยะมูลฝอยชุมชนในประเทศไทยโดยกรมควบคุมมลพิษ (2562) กล่าวถึง ปัญหาการจัดการขยะพลาสติกในประเทศไทย 3 ประการ ได้แก่ ปัญหาจากการออกแบบและการผลิต ปัญหาจากการบริโภค และปัญหาการจัดการขยะพลาสติกภายหลังการบริโภค ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ คือ

#### 1) ปัญหาจากการออกแบบและการผลิต

การผลิตผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Design for Environment: DfE) ในประเทศไทยยังไม่มากเท่าที่ควร ประกอบกับไม่มีกฎหมายบังคับให้ผู้ผลิตระบุประเภทของพลาสติกที่ใช้เป็นผลิตภัณฑ์ ทำให้บางครั้งไม่สามารถจำแนกประเภทของพลาสติกเพื่อการรีไซเคิลได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการวิจัยและพัฒนาการใช้วัสดุทดแทนพลาสติกยังไม่แพร่หลายเนื่องจากวัสดุทดแทนพลาสติก เช่น ชานอ้อย มีราคาแพง เมื่อเทียบกับพลาสติก

#### 2) ปัญหาจากการบริโภค

พฤติกรรมบริโภคของสังคมไทยนิยมใช้ถุงพลาสติกบรรจุอาหาร เนื่องจากความสะดวกและราคาถูก ทำให้ถุงพลาสติกปนเปื้อนอาหารและกลายเป็นขยะส่งผลกระทบต่อ การนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำกลับมารีไซเคิล ประกอบกับยังไม่มีกฎหมายกฏระเบียบจำกัด การใช้ถุงพลาสติกในการบรรจุสินค้าหรือผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียว การดำเนินงานที่ผ่านมาดำเนินการได้เฉพาะการรณรงค์สร้างการมีส่วนร่วม

#### 3) ปัญหาการจัดการขยะพลาสติกภายหลังการบริโภค

ความร่วมมือและความตระหนักจากประชาชน ในการลดและคัดแยกขยะพลาสติกยังมีน้อย อีกทั้งในขั้นตอนบริการเก็บขนขยะไม่ทั่วถึงทำให้การหมุนเวียนเป็นวัฏศุนิคมใหม่ (Circular Economy) ขยะพลาสติกบางส่วนเล็ดลอดลงสู่แหล่งน้ำและออกสู่ทะเล ทำให้เกิดปัญหาขยะทะเลและส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและสิ่งมีชีวิตในทะเล บางส่วนถูกนำไปกำจัดโดยการฝังกลบซึ่งต้องใช้เวลาในการย่อยสลายยาวนานหลายร้อยปี ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ฝังกลบและเป็นปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางดินและทางน้ำ ส่วนการเผาต้องใช้เวลาและเทคโนโลยีขั้นสูงและยังไม่ได้รับการยอมรับจากประชาชนในพื้นที่

### 3. โรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

รัฐบาลได้ประกาศ เรื่องขยะมูลฝอยเป็นวาระแห่งชาติ โดยได้จัดทำ Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 โดยมี 2 เป้าหมายหลัก

เป้าหมายแรก คือ การลดและเลิกการใช้พลาสติก 3 ชนิด ภายในปี 2562 ได้แก่

1) พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (cap seal) 2) ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ผสมสารออกโซ่ (หรือบางครั้งเรียกว่า พลาสติกย่อยสลายได้ ที่มีชื่อเต็มว่า Oxo-degradable โดยพลาสติกชนิดนี้สามารถย่อยสลายได้ เพราะ มีการเติมตัวเร่งปฏิกิริยาออกไปทำให้เกิดการย่อยสลายเร็วขึ้น เมื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีออกซิเจน

และแสงแดดก็จะแตกสลายกลายเป็นผง และ 3) ไมโครบีดส์ (Microbeads) หรือเม็ดพลาสติกขนาดเล็กซึ่งผสมอยู่ในผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดต่าง ๆ เช่น ครีมอาบน้ำ เจลหรือโฟมล้างหน้า ยาสีฟัน ฯลฯ เนื่องจากไมโครบีดส์มีขนาดเล็กกว่า 5 มิลลิเมตร หรือแทบจะเล็กกว่าเม็ดทราย เมื่อถูกชะล้างลงไปตามท่อระบายน้ำจะเล็ดลอดลงไปสู่แหล่งน้ำตามธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ลำคลอง หรือทะเลได้ รวมถึงการยกเลิกการใช้พลาสติกอีก 4 ชนิด ภายในปี 2565 ได้แก่ 1) ถุงพลาสติกหุ้มขวดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน 2) กล่องโฟมบรรจุอาหาร 3) แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และ 4) หลอดพลาสติก

เป้าหมายที่สอง คือ การนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ประโยชน์ให้ได้ร้อยละ 100 ภายในปี 2570 ตลอดจนการให้ความรู้ความเข้าใจ สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาขยะพลาสติก รมรณรงค์ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขยะพลาสติกผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างกระแสให้สังคมตระหนักถึงผลกระทบของขยะพลาสติกและเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากลดการใช้พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งหรือ single use plastic กระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (กรมควบคุมมลพิษ, 2562)

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่า ในปี 2562 สามารถเลิกใช้พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (cap seal) ได้มากถึงร้อยละ 98 เหลือเพียงร้อยละ 2 ที่ยังคงมีการใช้ เนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายย่อยในต่างจังหวัดที่อาจยังไม่ทราบนโยบาย รวมถึงการได้รับความร่วมมือจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา ลงนามในประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องกำหนดลักษณะของเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้าหรือขาย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 กำหนดให้ยกเลิกการผลิต นำเข้า หรือขายเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของพลาสติกไมโครบีดส์ ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป และความร่วมมือจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ในการควบคุมผลิตภัณฑ์พลาสติกไม่ให้มีส่วนผสมของสารออกไซท์ ทั้งห้ามการนำเข้า การผลิต และการจำหน่ายสารออกไซท์ ตลอดจนมาตรการขอความร่วมมือจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต ร้านสะดวกซื้อ งดให้ถุงพลาสติกตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป ส่วนการลด เลิก การใช้โฟมบรรจุอาหาร แก้วพลาสติก และหลอดพลาสติก ภายในปี 2565 ในเบื้องต้นได้ดำเนินการด้วยความสมัครใจของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภายใต้โครงการ “ทำความดีด้วยใจลดภัยสิ่งแวดล้อม” เพื่อลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง หันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (กรมควบคุมมลพิษ, 2563)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ในเป้าหมายที่ 1 ระยะที่ 2 ที่กล่าวถึง การยกเลิกการใช้วัสดุ 4 ชนิด ภายในปี 2565 ได้แก่ 1) ถุงพลาสติกหุ้มขวดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน 2) กล่องโฟมบรรจุอาหาร 3) แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และ 4) หลอดพลาสติก โดยจะศึกษาพลาสติก 3 ชนิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกาแฟ คือ ถุงพลาสติก แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และหลอดพลาสติก

#### 4. บริบทพื้นที่ศึกษา

##### อาณาเขตที่ตั้ง

จังหวัดนครปฐม มีพื้นที่ประมาณ 2,168.327 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,204 ไร่ เท่ากับร้อยละ 0.42 ของประเทศ และมีพื้นที่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศ มีอาณาเขตทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอกระทุ่มแบน อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และอำเภอบางแพะ จังหวัดราชบุรี ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอไทรน้อย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเขตทวีวัฒนา เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอบ้านโป่ง อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี และอำเภอท่ามะกา อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2562) ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 อาณาเขตที่ตั้งของจังหวัดนครปฐม  
ที่มา : สำนักงานจังหวัดนครปฐม (2562)

##### เขตการปกครอง

จังหวัดนครปฐมแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครปฐม อำเภอกำแพงแสน อำเภอนครชัยศรี อำเภอดอนตูม อำเภอบางเลน อำเภอสามพราน และอำเภอพุทธมณฑล ดังภาพที่ 4 จำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 920,030 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2562) โดยอำเภอที่มีประชากรมากที่สุด ได้แก่ อำเภอเมืองนครปฐม รองลงมา ได้แก่ อำเภอสามพราน และกำแพงแสน ตามลำดับ ดังตารางที่ 2





ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม มีทั้งหมด 25 ตำบล ได้แก่ ตำบลดอนยายหอม ตำบลตาก้อง ตำบลถนนขาด ตำบลทัพหลวง ตำบลทุ่งน้อย ตำบลธรรมศาลา ตำบลนครปฐม ตำบลบางแพม ตำบลบ่อพลับ ตำบลบ้านยาง ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลพระประโทน ตำบลมาบแค ตำบลลำพญา ตำบลวังตะกู ตำบลวังเย็น ตำบลสนามจันทร์ ตำบลสระกระเทียม ตำบลสวนป่า ตำบลสามควายเผือก ตำบลหนองงูเห่า ตำบลหนองดินแดง ตำบลหนองปากโลง ตำบลห้วยจรเข้ม และตำบลโพรงมะเดื่อ จำนวนประชากรรวม 280,482 คน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนประชากรในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จำแนกรายตำบล ในปี 2562

ที่	ตำบล	จำนวนประชากร (คน)
1	ตำบลดอนยายหอม	11,627
2	ตำบลตาก้อง	6,785
3	ตำบลถนนขาด	7,961
4	ตำบลทัพหลวง	10,529
5	ตำบลทุ่งน้อย	5,891
6	ตำบลธรรมศาลา	12,564
7	ตำบลนครปฐม	22,118
8	ตำบลบางแพม	12,041
9	ตำบลบ่อพลับ	16,027
10	ตำบลบ้านยาง	9,000
11	ตำบลพระปฐมเจดีย์	28,857
12	ตำบลพระประโทน	11,452
13	ตำบลมาบแค	8,630
14	ตำบลลำพญา	13,061
15	ตำบลวังตะกู	6,293
16	ตำบลวังเย็น	3,205
17	ตำบลสนามจันทร์	14,415
18	ตำบลสระกระเทียม	7,224
19	ตำบลสวนป่า	3,446
20	ตำบลสามควายเผือก	11,139
21	ตำบลหนองงูเห่า	10,437
22	ตำบลหนองดินแดง	8,620
23	ตำบลหนองปากโลง	9,218
24	ตำบลห้วยจรเข้ม	12,914
25	ตำบลโพรงมะเดื่อ	17,028
	รวม	280,482

ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (2562)

### สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ

สภาพภูมิประเทศของจังหวัดนครปฐม สภาพพื้นที่โดยทั่วไปลาดจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ และ ตะวันตกสู่ตะวันออก มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านจากทิศเหนือลงสู่ทิศใต้ คลองธรรมชาติและคลองซอย ที่ขุดขึ้นเพื่อการเกษตรและคมนาคมอยู่มาก

สภาพภูมิอากาศของจังหวัดนครปฐม จากสถิติข้อมูลปริมาณน้ำฝนของจังหวัดนครปฐม ปริมาณน้ำฝนจะอยู่ในช่วง 1,100 - 1,200 มิลลิเมตร ฝนตกมากที่สุดปี 2554 โดยพื้นที่ที่มีฝนมากที่สุด ได้แก่ อำเภอดอนตูม และพื้นที่ที่มีฝนตกน้อยที่สุด ได้แก่ อำเภอบางเลน อุณหภูมิโดยทั่วไปอยู่ในเกณฑ์ปกติ สำหรับอุณหภูมิสูงสุด วัดได้ 40.2 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิต่ำที่สุด วัดได้ 10.3 องศาเซลเซียส

### สภาพเศรษฐกิจและสังคม

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ณ ราคาประจำปี 2557 เท่ากับ 261,676 ล้านบาท มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี 2556 จำนวน 16,913 ล้านบาท และมีผลิตภัณฑ์ มวลรวมจังหวัดต่อประชากร (GPP per capita) เท่ากับ 256,501 บาท คิดเป็นลำดับที่ 11 ของ ประเทศ ประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 23.59 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม อาชีพสำคัญ ได้แก่ การทำนา ทำไร่ ทำสวนผลไม้และพืชผัก การเลี้ยงสัตว์และการทำการประมง ได้แก่ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ผลไม้ พืชผัก กัญชง และไม้ดอกไม้ประดับ

สภาพสังคม จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความพร้อมของสถานศึกษาในทุกๆระดับ ที่จะให้บริการทางการศึกษาแก่เด็ก เยาวชน และประชาชนในจังหวัดนครปฐมอย่างพอเพียงตั้งแต่ระดับ ก่อนประถมศึกษาจนถึงระดับอุดมศึกษา มีสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยคริสเตียน มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และโรงเรียนนายร้อยตำรวจ

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมพงษ์ ชำนาญ (2562) ได้ทำการศึกษา การประเมินผลการดำเนินนโยบาย “ทำดีด้วยหัวใจ ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก” ของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวในพื้นที่ตลาด อ.ต.ก. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการความร่วมมือระหว่างกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงมหาดไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสร้างความรู้ความเข้าใจ และส่งเสริมให้เกิดความตระหนักปลูกฝังจิตสำนึกให้กับพ่อค้า แม่ค้า และประชาชนผู้บริโภค ในการลดใช้ถุงพลาสติก ดำเนินการศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ค้าและผู้ใช้บริการตลาด อ.ต.ก. ผลการศึกษา พบว่าการนำนโยบายการลดใช้ถุงพลาสติกไปสู่การปฏิบัติของประชาชนนั้น ภาครัฐจะต้องเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนหรือมีการส่งเสริมการลดใช้ถุงพลาสติกอย่างจริงจัง กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนให้ลดหรือเลิกใช้ถุงพลาสติก โดยการดึงประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในนโยบายของรัฐให้มากที่สุด

สรารุช พุฒนวล (2562) ได้ทำการศึกษา แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง และเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง ดำเนินการศึกษาโดยใช้การสำรวจ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามชนิดเลือกตอบจากกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง จำนวน 300 คน (ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยกำหนดจำนวนตัวอย่างจากการเปิดตาราง) ผลการวิจัยพบว่า เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคจำแนกปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง พบว่า แตกต่างกันทุกด้าน ยกเว้น ลักษณะการใช้บริการที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในด้านกระบวนการจัดการที่แตกต่างกัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟมีอิทธิพลต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง โดยเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักของผลกระทบ ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง ผู้ประกอบการธุรกิจควรตระหนักถึงการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดและใช้สื่อทางการจัดการทางการตลาดผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มขึ้น และนอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องพัฒนาการสร้างนวัตกรรมพร้อมทั้งความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญและสามารถให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ผู้ประกอบการยังต้องติดตามการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมอย่างต่อเนื่องตลอดจนการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนภายในธุรกิจ



เพื่อเชื่อมเข้ากับโอกาสทางการดำเนินธุรกิจหรือปรับตัวให้ผ่านพ้นอุปสรรคหรือการคุกคามจากภายนอกอีกด้วย

กิตติศักดิ์ อินทรสาร (2557) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยสังคม วัฒนธรรม และจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรมและจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ ดำเนินการศึกษาโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในวัยทำงาน ช่วงอายุ 18-40 ปี จำนวน 400 คน ซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็น 2 กลุ่มจำแนกตามเพศ ผลการศึกษา พบว่า ในด้านการบริการ ปัจจัยวัฒนธรรมส่งผลต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ ด้านการบริการสูงสุด ด้านราคา พบว่า ปัจจัยวัฒนธรรมส่งผลต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ ด้านราคาสูงสุด ด้านสถานที่บริการและการเข้าถึงการบริการ พบว่า ปัจจัยวัฒนธรรมส่งผลต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ ด้านสถานที่บริการและการเข้าถึงการบริการสูงสุด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาดสูงสุด ด้านการบริการของพนักงาน พบว่า ปัจจัยจิตวิทยา ส่งผลต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ ด้านการบริการของพนักงานสูงสุด ด้านกระบวนการการให้บริการ พบว่า ปัจจัยสังคมส่งผลต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ ด้านกระบวนการการให้บริการสูงสุด และด้านการจัดสภาพทางกายภาพของสถานที่ พบว่า ปัจจัยจิตวิทยาส่งผลต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ ด้านการจัดสภาพทางกายภาพของสถานที่สูงสุด

บุรฉัตร จันทร์แดง เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และสัญญา เคนาภูมิ (2562) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม คือ พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงองค์ประกอบของพฤติกรรม ประเภทของพฤติกรรม ระดับของการเกิดพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อีกทั้งยังสามารถจำแนกพฤติกรรมต่าง ๆ ได้ หากเราเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรม เราก็จะสามารถหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการจัดสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการปรับตัวของบุคคลต่อไป อีกทั้งยังสามารถคาดการณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมได้อย่างมีเหตุผล ดำเนินการศึกษาโดยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม จากนั้นทำการพัฒนาด้วยวิธีการที่หลากหลาย เริ่มต้นวางกรอบแนวคิดตามลำดับของการเกิดของตัวแปร (Birth order) ด้วยหลักการคิดเชิงเหตุผล ลงพื้นที่เพื่อทำการศึกษาสำรวจ (Pilot study) การศึกษาเด็กที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อยาเสพติดตามหลักการสร้างทฤษฎีฐานราก การสัมภาษณ์เชิงลึกจากเด็กที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อยาเสพติดและบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยการจัดการความรู้ (KM) ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อหาความลงตัว ของเนื้อหาสาระและทำการตรวจสอบกรอบความคิดให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นโดยวิธีการบูรณาการ

ระเบียบวิธีที่หลากหลาย วางลำดับหัวข้อและนำเสนอเชิงพรรณนาความ ผลการศึกษา พบว่า สาเหตุที่ทำให้มนุษย์ตัดสินใจเลือกที่จะกระทำในสิ่งต่าง ๆ ออกมาจากทั้งพฤติกรรมภายนอกที่แสดงออกให้เห็นได้อย่างชัดเจน และพฤติกรรมภายในที่บุคคลภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้ ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ เจตคติ และการศึกษาทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ต้องใช้หลายสาขาวิชาเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ จิตวิทยา จิตวิทยาสังคม สังคมวิทยา มานุษยวิทยา เศรษฐศาสตร์ โดยมีการมองพฤติกรรมมนุษย์ในลักษณะแง่มุมต่างประเด็น ปัญหาตามความสนใจในแต่ละศาสตร์ ซึ่งมีปัจจัยต่าง ๆ มากมายที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยแต่ละแนวคิดต้องพัฒนาทฤษฎีและการศึกษาเพื่อปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลกและสังคม และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านจิตวิทยา ด้านสังคม และด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ

ชูลีพร หิตอักษร รุ่งนภา จันทรา อัครณี วันชัย และจิริยา อินทนา (2560) ได้ทำการศึกษา การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการออกกำลังกาย: การประยุกต์ทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเสริมพฤติกรรมการออกกำลังกายให้กับประชาชน ดำเนินการศึกษาโดยการทบทวนวรรณกรรมและประสบการณ์การสร้างเสริมพฤติกรรมการออกกำลังกายให้กับประชาชนของผู้เขียนตามทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (The Transtheoretical Model) โดยมีการนำเสนอใน 3 ส่วน คือ 1) การออกกำลังกาย: ความหมาย หลักการ ประเภท 2) ทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Transtheoretical Model (TTM)/Stage of Change Model) และ 3) การประยุกต์ใช้แบบจำลองขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปรับพฤติกรรม การออกกำลังกาย ผลการศึกษา พบว่า การออกกำลังกายเป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างความแข็งแรง และสมรรถนะในการทำหน้าที่ของอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย สามารถป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้ ทั้งนี้ การที่จะทำให้อุบลคลยอมรับว่าการออกกำลังกายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตนั้น ต้องสร้างการรับรู้คุณค่าของการออกกำลังกาย สร้างทัศนคติที่ดี และสร้างความมั่นใจว่าบุคคลสามารถทำได้ บทความนี้ได้อธิบายทฤษฎี และแนวทางการจัดกิจกรรมเพื่อการสร้างเสริมพฤติกรรม การออกกำลังกายการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของคนไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมสุขภาพ ในชีวิตประจำวันที่ไม่เหมาะสม ส่งผลให้ประชาชนเจ็บป่วยด้วยโรคที่สามารถป้องกันได้ เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคไขมันในหลอดเลือดสูง เป็นต้น ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพสูงขึ้น กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดนโยบายและให้ความสำคัญกับการสร้างเสริมสุขภาพ เน้นการป้องกันโรคมกกว่าการรักษาโรค มีการรณรงค์ สนับสนุน การผลักดันกฎหมายและการขับเคลื่อนนโยบายด้านการสร้างเสริมสุขภาพให้เกิดขึ้นกับ ประชาชนทั้งประเทศผ่านหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญในการสร้างเสริมสุขภาพ ลด ละ เลิก พฤติกรรมเสี่ยง กินอาหารที่เหมาะสม และส่งเสริมให้มีการออกกำลังกายที่เพียงพอ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม สร้างการมีสุขภาพที่ดี ห่างไกลโรค ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมออกกำลังกาย

ผู้ถูกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจำเป็นต้องมีความพร้อมหรือความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม สุขภาพของตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้อย่างยั่งยืน แต่ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างต่อเนื่อง พบว่าบุคคลมักจะเลิกปฏิบัติกลางคัน ซึ่งมักจะมาจากตัวบุคคลขาดความอดทน ขาดแรงจูงใจที่หนักแน่น หรือขาดการสนับสนุนให้กำลังใจจากบุคคลรอบข้าง ทั้งนี้ การที่จะทำให้บุคคลยอมรับว่าการออกกำลังกายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตนั้น ต้องสร้างการรับรู้คุณค่าของการออกกำลังกาย สร้างทัศนคติที่ดี และสร้างความมั่นใจว่าบุคคลสามารถทำได้ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชน เป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา เนื่องจากพฤติกรรมบางอย่างเป็นนิสัยหรือความเคยชินของบุคคลนั้น โดยเฉพาะการสร้างพฤติกรรมออกกำลังกาย ดังนั้น การจัดกิจกรรมการสร้างเสริมพฤติกรรม การออกกำลังกายจำเป็นต้องมีหลักแนวคิดทฤษฎีมาช่วยวางแผนดำเนินการ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งทฤษฎีที่ใช้ในการจัดกิจกรรมที่สำคัญ คือ ทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม



### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573” โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้ ดำเนินการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและจริยธรรมในการวิจัย

#### 1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่

1) **ผู้ประกอบการร้านกาแฟ** ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงตามลักษณะที่กำหนดไว้ในกรอบการวิจัย คือ ผู้ประกอบการร้านกาแฟที่เปิดให้บริการในพื้นที่ 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางเขม ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว และดำเนินธุรกิจร้านกาแฟเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี รวมจำนวน 25 คน

2) **ผู้ใช้บริการร้านกาแฟ** ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงในพื้นที่ 5 ตำบล คือ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางเขม ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว โดยเลือกผู้ใช้บริการร้านกาแฟที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี แบ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่นำแก้วมาเองเป็นประจำอยู่แล้วกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่ได้นำแก้วมาเอง และยินดีให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ รวมจำนวน 25 คน

#### 2. เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือการวิจัย

##### 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคำถามการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structure interview) ที่ได้มีการกำหนดแนวคำถามในประเด็นการสัมภาษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม โดยมีข้อคำถามที่ต่างกันบางข้อคำถามเพื่อให้ได้มุมมองของแต่ละกลุ่ม แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ชุด ตามประเด็นดังนี้

## 1. แนวคำถามสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าแพ

กำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ 5 ประเด็น ได้แก่ **ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์** (นามสมมติ อายุ ประสบการณ์การทำงาน/ระยะเวลาการประกอบการ พื้นที่ตั้งร้าน จำนวนการขายต่อวัน ลักษณะของกลุ่มลูกค้า ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เครื่องตีของทางร้าน) **ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก** (การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการลดและเลิกขยะพลาสติกจากภาครัฐ อุปนิสัยส่วนตัวในการลดและเลิกการใช้พลาสติก) **ปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก** (การกระตุ้นของครอบครัวในการลดและเลิกการใช้พลาสติก เช่น คนในครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูงหรือคนในสังคมนอกบ้าน หรือบุคคลที่เป็นที่ชื่นชอบในสังคม เช่น ดารา นักร้อง ฯลฯ) **ปัจจัยทางสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ภายนอกที่มีผลต่อการพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก** (กระแสการอนุรักษ์ การกระตุ้นจากสื่อ และการเกิดโรคระบาด) **ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติตามนโยบายการลดและเลิกการใช้พลาสติก และข้อเสนอแนะต่อนโยบายดังกล่าว**

## 2. แนวคำถามสำหรับผู้ให้บริการร้านค้าแพ

กำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ 5 ประเด็น ได้แก่ **ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์และพฤติกรรมการซื้อสินค้า** (นามสมมติ อายุ จำนวนการบริโภคเครื่องดื่มต่อสัปดาห์ ประเภทเครื่องดื่มที่บริโภค ลักษณะการใช้บรรจุภัณฑ์นำแก้วมาเองหรือซื้อจากร้าน) **ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก** (การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการลดและเลิกขยะพลาสติกจากภาครัฐ อุปนิสัยส่วนตัวในการลดและเลิกการใช้พลาสติก) **ปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก** (การกระตุ้นของครอบครัวในการลดและเลิกการใช้พลาสติก เช่น คนในครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูงหรือคนในสังคมนอกบ้าน หรือบุคคลที่เป็นที่ชื่นชอบในสังคม เช่น ดารา นักร้อง ฯลฯ) **ปัจจัยทางสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ภายนอกที่มีผลต่อการพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก** (กระแสการอนุรักษ์ การกระตุ้นจากสื่อ และการเกิดโรคระบาด) **ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติตามนโยบายการลดและเลิกการใช้พลาสติก และข้อเสนอแนะต่อนโยบายดังกล่าว**

### 2.2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

**ขั้นตอนที่ 1** ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ ให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ได้กำหนดไว้

**ขั้นตอนที่ 2** ดำเนินการสร้างเครื่องมือโดยนำประเด็นการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยด้านสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ มากำหนดข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยผู้วิจัย



**ขั้นตอนที่ 3** นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ด้านเนื้อหา และด้านภาษาของข้อคำถาม และปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

**ขั้นตอนที่ 4** ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามแนวคำถามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

**การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รายบุคคล (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านกาแฟ และลูกค้า ที่มาใช้บริการร้านกาแฟในพื้นที่ 5 ตำบล ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม คือ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแขม ตำบลลำพญา และ ตำบลวังตะกู่ ตามแนวคำถามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์ โดยติดต่อกับบุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก นัดหมาย วัน เวลา สถานที่ เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ และชี้แจงให้ผู้ให้ข้อมูลเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา บทบาทและหน้าที่ของผู้วิจัย และผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันในการเก็บข้อมูล

**การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ดำเนินการทบทวนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ สถานการณ์ขยะพลาสติกในประเทศไทย โรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 บริบทพื้นที่ศึกษา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ ตำรา บทความวิชาการ เอกสารต่าง ๆ สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้กำหนดแนวคิดในการศึกษา และเพื่อนำมาสนับสนุนข้อมูลผลการศึกษาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และจากงานวิจัยต่าง ๆ จะนำมาตรวจสอบหาความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า ด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลเรื่องเดียวกันจากผู้ให้สัมภาษณ์หลาย ๆ คน แล้วนำมายืนยันข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Member Checking) ว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ก่อนนำไปวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา และนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาความ

### 5. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและจริยธรรมในการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยผู้วิจัยได้คำนึงถึงการรักษาสีติของผู้ให้ข้อมูลหลัก และเรื่องจริยธรรม ซึ่งต้องให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าเรื่องความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย โดยมีการดำเนินการวิจัยตามกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้นเก็บข้อมูลจนกระทั่งนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้



1. ผู้วิจัยแนะนำตัวเองให้แก่ผู้ให้ข้อมูลทราบว่าเป็นนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยและขอความอนุเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ตามสภาพความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่อความสำเร็จในการวิจัย
2. ผู้วิจัยขออนุญาตบันทึกข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกในการบันทึกและไม่สะดวกในการตอบคำถามบางข้อ ผู้ให้ข้อมูลสามารถปฏิเสธในการตอบคำถามดังกล่าวได้ตลอดเวลา
3. หลังจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยแจ้งผู้ให้ข้อมูลทราบว่าข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัยเท่านั้นจะไม่นำไปทำผิดวัตถุประสงค์อย่างเด็ดขาด การเก็บข้อมูลรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ การนำเสนอโดยใช้นามสมมุติเพื่อเป็นการพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟ และผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ดำเนินการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาการศึกษากรณีเฉพาะ (Case Study Approach) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ รวมจำนวน 50 คน ในพื้นที่ 5 ตำบล ในอำเภอนครปฐม จังหวัดนครปฐม ได้แก่ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านกาแฟ

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านกาแฟในเขตอำเภอนครปฐม ในพื้นที่ 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคลผู้ประกอบการร้านกาแฟ จำนวน 25 คน พบว่า ผู้ประกอบการร้านกาแฟ เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเพศชาย 11 คน คิดเป็นร้อยละ 44 มีอายุระหว่าง 24-65 ปี มีระยะเวลาการประกอบกิจการตั้งแต่ 3-20 ปี มีจำนวน 6 รายที่ประกอบกิจการมากกว่า 10 ปี และส่วนใหญ่มีการประกอบธุรกิจร้านกาแฟในลักษณะเป็นเจ้าของกิจการรายเดียว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 84 มีเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ที่เป็นลักษณะกิจการของครอบครัว ลักษณะของที่ตั้งร้านกาแฟ อยู่ในพื้นที่ใจกลางเมือง เช่น ตลาด ร้านสะดวกซื้อ หอพักนักศึกษา จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 28 ย่านหมู่บ้านชุมชน 7 ร้าน เช่น หมู่บ้านจัดสรร คิดเป็นร้อยละ 28 สถานศึกษา เช่น โรงเรียน มหาวิทยาลัย จำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 ในย่านการค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ศูนย์อาหาร จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 16 และสถานที่ราชการ เช่น ที่ว่าการอำเภอ ไปรษณีย์ สถานีดับเพลิง โรงพยาบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 8

มีลักษณะของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว พนักงานทั่วไป นักเรียนนักศึกษา ลูกค้าทั่วไป และข้าราชการ ตามลำดับ ลักษณะการมาซื้อเครื่องต้มของลูกค้า ร้อยละ 100 จะไม่นำแก้วส่วนตัวมาเอง โดยสัดส่วนของการซื้อกลับบ้านใกล้เคียงกับนั่งดื่มที่ร้าน (ซื้อกลับบ้าน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และ นั่งกินที่ร้าน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 48) ปริมาณการขายต่อวัน อยู่ที่ประมาณ 10-100 แก้ว

สำหรับลักษณะวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่พบในร้านกาแฟส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแก้วเครื่องต้มพลาสติก หลอดพลาสติก ถังพลาสติกแบบหิ้วสำหรับใส่แก้วกาแฟ และบางร้านใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติร่วมด้วย เช่น ถังกระดาษ แก้วกระดาษ แก้วแบบย่อยสลายได้ และหลอดกระดาษ

## 2. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการซื้อเครื่องต้มของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านกาแฟในเขตอำเภอเมืองนครปฐม ใน 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกู่ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านกาแฟ จำนวน 25 คน เป็นเพศชาย 10 คน คิดเป็นร้อยละ 40 เพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุ 22-59 ปี มีอาชีพเป็นข้าราชการ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา คือ พนักงานทั่วไป 7 คน คิดเป็นร้อยละ 28 นักธุรกิจ 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 24 และนักเรียนนักศึกษา 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีความถี่ในการซื้อเครื่องต้ม 1-10 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีจำนวนการบริโภคเครื่องต้ม 1-10 แก้วต่อสัปดาห์ โดยส่วนใหญ่จะไม่นำแก้วส่วนตัวไปใส่เครื่องต้มเพราะไม่สะดวกในการพกพา และไม่มั่นใจในความสะดวกของภาชนะเมื่อใช้ไปเป็นเวลานาน ลักษณะแก้วเครื่องต้มจากร้านที่ซื้อทุกร้านเป็นแก้วพลาสติก และมีเพียง 6 ร้านที่ใช้บรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษร่วมด้วย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

### 1. พฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ฯ

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 โดยศึกษาเฉพาะกรณีพลาสติก 3 ชนิด คือ 1) ถังพลาสติกหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน 2) แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และ 3) หลอดพลาสติก โดยผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยจากสถานการณ์ และ สิ่งกระตุ้นอื่น ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

### 1.1 ปัจจัยด้านจิตวิทยา

จากการศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ซึ่งในกรอบแนวคิดการวิจัย หมายความว่าถึง ด้านการรับรู้ และความเชื่อ ในตนเอง/อุปนิสัย ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

**ด้านการรับรู้** จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 21 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เคยทราบและรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ มาตรการลดและเลิกการใช้พลาสติกจากภาครัฐอยู่บ้าง โดยเฉพาะมาตรการงดแจกถุงพลาสติกตาม ร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้า มาตรการรณรงค์ให้ใช้ถุงผ้า เป็นต้น และเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อตนเอง ในการทำธุรกิจของตนเอง ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 4 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าไม่ทราบมาตรการดังกล่าว และต้องการทราบข้อมูลเหล่านี้ เนื่องจาก เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของตนเองโดยตรง โดยส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไอจี อินเทอร์เน็ต และสื่อโทรทัศน์ รายละเอียดดังกล่าว

“เคยค่ะ ก็พวกการใช้ถุงผ้าของห้างหรือซูเปอร์มาร์เก็ต จากในเฟสบุ๊กหรือว่าเวลา ไปซื้อของที่ห้าง.....”

ก นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...เคยบ้างครับ เกี่ยวกับการรณรงค์การลดการใช้ถุงพลาสติก ทราบมาจากหลาย สื่อ ก็มีทางออนไลน์ ทีวี แล้วก็อินเทอร์เน็ต”

ณ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...ถ้าภาครัฐไม่เคยได้ยินครับ ก็เรียนรู้ไว้ก็ดี ถ้ารู้ไว้ก็ดีครับ ต้องการทราบเกี่ยวกับ เรื่องพลาสติกดีกว่าครับ เกี่ยวกับพวกหลอดพลาสติก แก้วพลาสติก เพราะเราทำเป็นธุรกิจของเราอยู่ แล้ว”

ง นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...อันนี้ยังไม่เคยเจอข้อมูลเลยครับ ต้องการทราบก็ดี ส่วนใหญ่ก็น่าจะเป็นพวก โซเชียลมีเดียซะมากกว่า”

ด นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

**ด้านความเชื่อในตนเองและอุปนิสัย** จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจาก ผู้ประกอบการจำนวน 21 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า มีพฤติกรรมลดใช้พลาสติกเป็นปกติในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว เช่น การพกถุงผ้าไปซื้อของ การใช้ แก้วน้ำส่วนตัว ฯลฯ โดยเป็นผลมาจากมาตรการขอความร่วมมือในการลดการใช้พลาสติกของภาครัฐ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 4 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปใน ทิศทางเดียวกันว่าที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องการใช้ถุงผ้า แก้วน้ำส่วนตัวหรือการใช้สินค้าที่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รายละเอียดดังคำสัมภาษณ์

“...ใช้ เพราะว่า หนึ่งก็คือบางห้างเขาก็มีการบังคับเลยว่า เขาไม่มีถุงแจก เราก็ต้อง เตรียม เตรียมไปสักพักก็จะติดเป็นนิสัยไปเลยก็ต้องมีเอาไว้พกติดตัวตลอด แล้วก็พวกแก้วน้ำก็คือ นอกจากช่วยลดโลกร้อนแล้ว มันยังมีประโยชน์มากกว่าแก้วพลาสติกทั่วไป คือ มันเก็บความเย็นได้นาน”

ก นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...มีค่ะ โดยส่วนตัวต้องมี พกถุงผ้าแก้วน้ำส่วนตัว”

ข นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...มีครับ เป็นแก้วสแตนเลส”

ค นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...เคยใช้ค่ะ ก็จะมีเป็นพวกพลาสติกกรีไซเคิล แก้ว แล้วก็เป็นอลูมิเนียม ใช้รีไซเคิลได้ใหม่ ถุงผ้าใช้ทุกวัน”

ด นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...ที่บ้านนี้ทุกคนต้องมีแก้วประจำตัว”

ด นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

และจากการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 14 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่ามีการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ รวมอยู่บ้างนอกจากพลาสติก เช่น แก้วกระดาษ ถุงกระดาษ แก้วย่อยสลายง่าย หลอดจากข้าวสาลี ฯลฯ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 11 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์

เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องการใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ รายละเอียด  
ดังคำสัมภาษณ์

“...ก็จะลดการใช้พลาสติกมาใช้พวกกระดาษ อย่างเช่น กล่องกระดาษแทนกล่อง  
พลาสติก ถุงกระดาษแทนถุงพลาสติกค่ะ”

ก นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...มีค่ะ หลอดที่ทำจากข้าวสาลี แล้วก็แก้วกระดาษ”

ข นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...มี เป็นอย่างเช่น ถุงคราฟท์ และก็กล่องกระดาษอะไรประมาณนี้ครับ”

ณ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...มีค่ะ เมื่อปีที่แล้วเราเพิ่งเปลี่ยนแก้วจากเป็นแก้วพลาสติกที่เป็นแก้วเพ็ท มาเป็น  
แก้วพลาสติกแบบย่อยสลายง่าย จะมีอายุประมาณปีนึง หลังจากที่เรารู้สึกว่าไปแล้วที่กลับบ้าน”

ฎ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...ไม่ได้ใช้ค่ะ”

จ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...ไม่มีค่ะ”

ช นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

สำหรับนโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ที่ผ่านมาจากภาครัฐ เช่น  
การงดแจกถุงพลาสติกเมื่อไปซื้อของยังร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ การยกเลิกใช้พลาสติก  
หุ้มฝาขวดน้ำดื่ม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 22 คน จากทั้งหมด 25 คน  
ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เห็นด้วยว่าเป็นนโยบายที่ดี เป็นการลดขยะ ช่วยรักษาระบบนิเวศน์  
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลดโลกร้อน ได้ผลดี ตามร้านค้า ห้างสรรพสินค้าและโรงพยาบาล มีมาตรการงดแจก  
ถุงพลาสติกซึ่งเป็นผลมาจากนโยบาย ฯ ของรัฐบาล เป็นการให้ความร่วมมือในการลดการใช้พลาสติกของ  
ภาครัฐ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 3 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์  
เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ที่ไม่เห็นด้วยกับนโยบายฯ เพราะคิดว่าเป็นกระแสนิยม ไม่มีการรณรงค์สร้าง



ให้เป็นจิตสำนึก นโยบายของทางภาครัฐยังไม่ชัดเจน ประกอบกับวัสดุที่นำมาใช้ทดแทนพลาสติกมีราคาสูง อาจไม่สามารถทำได้จริง รายละเอียดดังกล่าวคำสัมภาษณ์

“...เห็นด้วย เพราะเป็นการช่วยลดขยะ และเป็นการช่วยเราฝึกนิสัยให้รักและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น...”

ช นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...เห็นด้วย ดีที่มีโครงการนี้ออกมา เพราะสามารถช่วยลดโลกร้อนได้ แต่หากไม่มีถุงใช้ก็ค่อนข้างลำบากในการใช้ชีวิตประจำวัน...”

ญ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...โดยส่วนตัวเห็นด้วย ถือว่าเป็นเรื่องที่ดี เพราะเราก็อาศัยอยู่บนโลกนี้ซึ่งขยะพลาสติกถือเป็นเรื่องไม่ดี ท้ายสุดแล้วพลาสติกเหล่านี้ก็จะเข้าไปอยู่ในระบบนิเวศน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะผ่านทางน้ำ อย่างเช่น ตอนนี้สัตว์ที่อาศัยอยู่ในทะเลก็ได้รับผลกระทบ มีการปนเปื้อนของพลาสติกเข้าไปซึ่งเป็นอันตรายต่อมนุษย์ด้วยมาก ๆ ...”

ฎ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ก็ได้ผลนะ คนก็ใช้ถุงผ้ากันหมด แล้วตามห้างเขาก็ไม่มีถุงพลาสติกให้เราใช้แล้วจะมีถุงผ้าบริการให้เราแทน”

ฐ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“นโยบายก็ได้ผลนะคะ เพราะว่าตามห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ หรือแม้กระทั่งตามซูเปอร์เล็ก ๆ หรือแม้แต่ในโรงพยาบาลอย่างนี้คะ ก็ไม่ได้แจกถุงพลาสติกสำหรับการจ่ายยาให้ผู้ป่วยก็น่าจะเป็นการช่วยลดขยะพลาสติกลงไปได้บ้างคะ”

ท นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ก็ได้ผลนะ ได้ผลบ้าง เพราะตอนไปซื้อของก็ใช้ถุงผ้าไปซื้อเหมือนกัน เวลาไปที่ห้างอะไรอย่างนี้ เห็นว่าขยะพลาสติกก็ลดลง”

ผ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...ถ้าเอาส่วนตัวจริง ๆ แล้วมันเป็นเหมือนเรื่องฉาบฉวยไปนิดนึง มันเหมือนรณรงค์ เป็นเหมือนเทรนด์ แต่มันไม่ได้รณรงค์สร้างจิตสำนึก พอเรื่องถุงผ้า ถุงผ้าก็เยอะ ๆ เยอะจนแบบมันก็ กลายเป็นแบบแทนที่จะ โอเคไม่มีพลาสติกเยอะ แต่ก็กลายเป็นถุงผ้าที่เยอะ และก็กลายเป็นถุงผ้าที่ ล้นอยู่ดี และก็เป็นสิ่งที่มันย่อยสลายยากอยู่ดี...”

ข นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...ตัวนโยบายมันเหมือนมันไม่ชัดเจนเท่าไร จะให้ลดยังไงหรือต้องการให้ ดำเนินการอย่างไร มีแต่ให้รณรงค์อย่างเดียวแต่ไม่ได้มีความชัดเจนในแนวทางว่า ต้องการอะไรมาก เท่าไรหรือยัง”

ธ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ยังไม่ค่อยได้ผล ได้ผลน้อยมาก”

ค นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่ได้ผล เพราะวัสดุที่นำมาใช้ทดแทนพลาสติกราคาสูงกว่าพลาสติกเยอะมากเมื่อ เทียบกับลักษณะการใช้ต่อครั้ง”

บ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

และหากในอนาคตมีการยกเลิกการใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก และถุงพลาสติก พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 21 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เห็นด้วยและคิดว่าได้ผล เพราะเห็นว่า ถุงพลาสติกแบบบาง เป็นโทษต่อสิ่งแวดล้อม มีสารอันตราย พลาสติกบางประเภทไม่ได้มาตรฐาน หากภาครัฐให้ความรู้ ความเข้าใจถึงอันตรายและโทษของสารพลาสติก มีการออกเป็นกฎหมายบังคับใช้ มีมาตรการหรือนโยบายรองรับการปรับเปลี่ยน เช่น นโยบายให้มีวัสดุธรรมชาติ หรือวัสดุทดแทน โดยไม่ทำให้ภาระ ต้นทุนของผู้ประกอบการสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 4 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ไม่เห็นด้วยกับนโยบาย ๆ เนื่องจากกล่องโฟมบรรจุอาหาร แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก ถุงพลาสติกแบบบาง มีราคาสูงกว่าวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หาววัสดุทดแทนได้ยาก ผู้ประกอบการต้อง รับภาระต้นทุนที่สูงขึ้น รายละเอียดดังกล่าว

“...เห็นด้วย นโยบายถือว่าดี เพราะพลาสติก โฟมมีสารอันตราย สารมันอาจจะออกมาได้เมื่อเราใช้บรรจุอาหาร”

ฐ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...เห็นด้วย นโยบายถือว่าดี อย่างทางร้านไม่ได้มีการใช้กล่องโฟมใส่อาหารเลย เพราะเรารู้เหตุผลของมันอยู่แล้วจึงไม่ควรที่จะทำ”

ถ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...เห็นด้วย เพราะพวกนี้ถือเป็นโทษต่อสิ่งแวดล้อม แต่ต้องดูว่าหากมีนโยบายมาให้ยกเลิกแล้วจะมีการปรับเปลี่ยนอะไรมัย หากเราซื้อทานเองแต่ใช้บรรจุภัณฑ์ส่วนตัวที่เราซื้อในราคาแพงแล้วมีการเวียนใช้ได้ตลอด ก็ถือว่าคุ้มค่า แต่หากในมุมผู้ประกอบการ เราซื้อต้นทุนมาแพง อาจต้องมีการปรับราคาขึ้นก็จะกลายเป็นภาระผู้บริโภค”

ป นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...คิดว่าได้ผล ถ้ามีการบังคับใช้นโยบาย ควรจะมีมาตรการที่ดี เพื่อให้มีการส่งเสริมที่ดี”

ข นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“น่าจะได้ผล หากมีการอธิบายให้คนส่วนใหญ่เข้าใจถึงอันตรายของสารพลาสติก และโฟมที่อาจจะรั่วไหล ปะปนอยู่ในอาหารเครื่องดื่ม มันเป็นอันตรายต่อร่างกายคนเรา คนก็น่าจะลดและเลิกใช้กันมากขึ้น”

ฐ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“น่าจะได้ผล หากรัฐบาลให้การสนับสนุนหรือมาซัพพอร์ตส่วนต่างวัสดุที่นำมาใช้ทดแทนพลาสติกได้”

บ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่เห็นด้วยนะครับ เพราะว่าของพวกนี้ราคามันถูกกว่าของที่เอามาใช้ทดแทน และของที่ใช้ทดแทนก็ยังไม่สามารถทำได้ดีเทียบเท่าพวกพลาสติกขนาดนั้น และราคาก็สูงด้วย”

ธ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ได้ผลค่อนข้างยากนะ เพราะคนไทยเราไม่ได้มีกำลังซื้อมากขนาดนั้น ราคาต้นทุนค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ร้านใหญ่ ๆ อาจจะทำตามนโยบายได้ แต่ร้านเล็ก ๆ คงเป็นไปได้ยากหรือทำไม่ได้”

จ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่น่าได้ผล มันทำได้แค่ชั่วคราว แบบ ๆ ไม่สามารถทำได้ตลอด หรือบางร้านที่มีต้นทุนมีส่วนหนึ่งอยู่แล้ว ถ้าเป็นร้านย่อย ๆ เล็ก ๆ แยกภาระค่าใช้จ่ายต้นทุนที่สูงไม่ไหวหรอก”

ช นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

หากมีการขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก และถุงพลาสติก ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 23 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เห็นว่าสามารถช่วยแก้ปัญหาขยะพลาสติกของประเทศไทย เพราะวัสดุทดแทนหรือวัสดุจากธรรมชาติสามารถย่อยสลายได้ง่ายกว่าพลาสติก และคนรุ่นใหม่ในปัจจุบันมีการใส่ใจในเรื่องเหล่านี้มากขึ้น จึงมีความเป็นไปได้ที่จะช่วยลดขยะพลาสติกได้ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 2 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ไม่เห็นด้วย เพราะคิดว่ามีปัญหาในการจัดการวัสดุบรรจุภัณฑ์อื่นมาใช้ทดแทนพลาสติก รายละเอียดดังกล่าว

“คิดว่าช่วยได้ เพราะคนรุ่นใหม่ปัจจุบันหันมาใส่ใจเรื่องเหล่านี้มากขึ้น เป็นไปได้ที่จะช่วยลดขยะพลาสติกได้พอสมควร”

ช นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่ค่อยช่วยก็ได้ เพราะมีปัญหาการหาวัสดุบรรจุภัณฑ์อื่นมาทดแทนการใช้พลาสติกเหล่านี้ ไม่รู้ด้วยว่าจะใช้อะไรมาทดแทนกันได้หรือหาได้ยาก”

ผ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

## 1.2 ปัจจัยทางสังคม

จากการศึกษาปัจจัยทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ซึ่งในกรอบแนวคิดการวิจัย หมายความว่า การกระตุ้นของคนรอบข้าง ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูงหรือคนในสังคมรอบข้าง ทั้งจากบุคคลที่มีชื่อเสียง บุคคลที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในสังคม เช่น ดารา นักร้อง ศิลปิน ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 14 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า คิดว่ากลุ่ม Primary Social factor ซึ่งเป็นพ่อ แม่ และบุคคลในครอบครัว และเพื่อนสนิท เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลดและเลิกการใช้พลาสติกในร้านกาแฟ เนื่องจากการแสดงพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน ทำตามกัน และเป็นการปรึกษากันภายในครอบครัว ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 11 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า พ่อแม่ พี่ น้อง สามี ภรรยา ลูก ญาติ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลดและเลิกการใช้พลาสติกในร้านกาแฟ เนื่องจากการตัดสินใจด้วยตัวเอง รายละเอียดดังกล่าวคำสัมภาษณ์

“...ก็มีนะ ก็คือถ้าเค้าใช้กันเรารู้สึกว่าพวกนี้มันคือทำตามกัน ๆ เหมือน พ่อใช้แม่ก็ใช้ ลูกก็ใช้เอะไอย่างนี้”

ข นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผล มีปรึกษากันบ้าง แต่ส่วนมากก็จะเป็นคุณแม่ที่ตัดสินใจ”

ช นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผล ทุกคนทำตามกันหมดทุกคน”

ค นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล เพราะตัดสินใจด้วยตัวเอง ถ้าเทียบกับคนในครอบครัวตัวเองเหมือนเป็นคนรุ่นใหม่ล่าสุดในบ้าน ฉะนั้นตัวเองจะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากกว่าคนอื่น ๆ ในบ้านแล้ว”

ก นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล ตัดสินใจด้วยตัวเอง”

ฉ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 15 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า Secondary Social factor ที่เป็นกลุ่มเพื่อนร่วมอาชีพ คนรู้จัก ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการลดและเลิกการใช้พลาสติกในร้านกาแฟ เนื่องจากการตัดสินใจด้วยตนเอง ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 10 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เพื่อนร่วมอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจ เนื่องจากการ

เพื่อนร่วมงานหรือคนสนิทที่มีอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน จึงมีความคิดความเชื่อคล้ายกันและเป็นการทำตามกัน เช่นเดียวกับ ศิลปิน ดารา นักร้อง ก็ไม่ได้มีผลในการจูงใจเช่นเดียวกัน เนื่องจาก เห็นว่าเป็นการทำตาม ในบทบาทหน้าที่ของนักแสดงตามอาชีพของตนเอง รายละเอียดดังกล่าวอ้างคำสัมภาษณ์

“ตรงนี้นั้นแล้วแต่บุคคล เพราะว่าเราได้แต่พูดให้ฟังได้ แต่จะทำไม่ทำไม่รู้”

ณ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล เพราะตัดสินใจด้วยตัวเอง...”

ณ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“หากเป็นแค่กระแส โดยส่วนตัวเฉย ๆ ดารานักร้อง ก็ทำไปเพราะหน้าที่ที่ต้องมีการแสดง หรือตามกระแสนิยมแฟชั่นต่าง ๆ”

ป นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล เพราะอาชีพเราเป็นอาชีพอิสระ ไม่ต้องขึ้นตรงต่อระดับชั้นตามสแต็ปหรือขึ้นตรงต่อใคร”

จ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“เรารู้สึกว่ามันน่าจะมีผลนะ น่าจะมีจากว่าเออเพื่อนทำ เราก็อยากทำ ๆ เหมือนกัน”

ข นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีครับ เพราะมันก็ต้องส่งอิทธิพลต่อเราอยู่แล้วเวลาเราทำงาน เหมือนทำตามสังคมส่วนใหญ่”

น นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

### 1.3 ปัจจัยทางสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ

จากการศึกษาปัจจัยทางสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ซึ่งในกรอบแนวคิดการวิจัย หมายความถึง กระแสโลกาภิวัตน์ กระแสนิยม อิทธิพลจากสื่อ สภาพเศรษฐกิจ การเมือง สาธารณสุข เป็นต้น



จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ประกอบการจำนวน 15 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า คิดว่าปัจจัยสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เช่น การได้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อภายนอกเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสถานการณ์ปัญหาสิ่งแวดล้อมจากขยะพลาสติก นโยบายจากภาครัฐ การรณรงค์ขอความร่วมมือ จะทำให้ตนเองเกิดความรุ้ความเข้าใจได้ถูกต้องและสามารถที่จะเลือกตัดสินใจในการปฏิบัติได้ถูกต้อง รายละเอียดดังกล่าว

“มีผล สื่อส่วนใหญ่ออกมาช่วยแนะนำ ชักจูงรณรงค์ให้เราทำตาม”

ฉ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผล อย่างน้อยทำให้เรารู้ว่าทางรัฐบาลมีนโยบายอะไรบ้าง แล้วถ้าเกิดเราไม่มีการปรับตัวตามนโยบายจะเกิดอะไรขึ้นบ้าง”

ท นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผล เพราะ โดยส่วนตัวเห็นด้วยกับกระแสนิยมที่เกิดขึ้น และต้องการสร้างความสำคัญหรือความตระหนักให้เป็นที่ทิศทางเดียวกันกับผู้บริโภค เพื่อให้เขารู้สึกสะดวกใจที่จะมาใช้บริการกับทางร้าน เพราะทางร้านเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อไม่ให้เขารู้สึกไม่สนิทใจหรือไม่สบายใจที่จะมาใช้บริการหรือมาซื้อสินค้ากับทางร้าน”

ก นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ที่เห็นด้วยกับเรื่องนี้ อย่างที่บอกไปแล้ว มันควรมี มันควรทำ ที่พร้อมทำ แต่ที่ปัจจุบันนี้ที่บ้างไม่ทำบ้าง เพราะที่รู้สึกว่าภาครัฐมันไม่ได้ตั้งใจจริง ไม่ได้ทำจริง เหมือนทำเพื่อรณรงค์อะไรบางอย่างไม่มีเป้าหมายที่จะไปถึงจุดนั้นจริง ๆ จุดที่ทุกคนเลิกใช้จริง ๆ ออกนโยบายมาเพื่อบางอย่างเฉย ๆ...พวกอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่กว่าเค้าคิดอย่างนี้แหละ...”

ง นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล ไม่มีการปรับเปลี่ยนไปตามกระแสนิยม”

ฉ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

ส่วนภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อดั่งเช่นโรคโควิด 19 มาตรการด้านการรักษาความสะอาด สุขอนามัยและความปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินมาตรการรักษาความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าอย่างเข้มงวด เนื่องจาก มีผลต่อ

ภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของลูกค้า เช่น การใช้แก้วเครื่องดื่มแบบครั้งเดียวทิ้ง การใช้หลอด เครื่องดื่มที่มีหุ้มพลาสติก ฯลฯ สถานการณ์ดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ พลาสติกของผู้ประกอบการร้านอาหาร รายละเอียดดังกล่าวมีคำสัมภาษณ์

“ทำได้ยากขึ้น เพราะลูกค้าก็จะมาซื้อหน้าร้านและซื้อกลับบ้านนั้น ลดการสัมผัสกัน”

ค นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ยาก ทุกคนให้ซื้อกลับบ้านหมด ไม่มีการเปิดให้นั่งกินที่ร้าน ทำให้ส่วนมากมีการใช้ พลาสติกในปริมาณที่เยอะขึ้น”

ฅ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ยาก ใช้พลาสติกเยอะขึ้นกว่าเดิมด้วยซ้ำ ไม่ว่าจะซื้อกลับบ้านหรือคนส่วนใหญ่ อยู่บ้านก็สั่งเดลิเวอรี่ ล้วนแต่ใช้กล่องพลาสติกหรือแก้วพลาสติกทั้งนั้น”

ด นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ยาก เพราะคนอยู่บ้านกันมากขึ้น ทำให้มีการสั่งอาหารออนไลน์หรือเดลิเวอรี่เยอะ ขึ้น ทำให้ใช้กล่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกมากขึ้น”

ท นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล แล้วแต่ความเคยชินของลูกค้าแต่ละบุคคล ลูกค้าบางคนก็มีการใช้แก้ว ส่วนตัว บางคนก็ใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง”

ญ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล แล้วแต่ความเคยชินของลูกค้า ลูกค้าที่เค้ามักใช้แก้วประจำอยู่แล้วเค้าก็ยังใช้ ส่วนตัวอยู่ หรือลูกค้าคนไหนไม่เคยใช้ เวลาซื้อใช้แก้วพลาสติกของทางร้านเค้าก็จะใช้แก้วพลาสติก ของทางร้าน”

ฎ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล เพื่อความปลอดภัย ลูกค้าบางคนก็ใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งมากกว่า ที่นำแก้วส่วนตัวมาเอง แต่ลูกค้าบางคนเค้าก็เอาแก้วส่วนตัวมาใช้อยู่แล้ว แล้วแต่ความเคยชินแต่ละคน”

ฐ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

## 2. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ฯ

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านกาแฟในการลดและเลิกการใช้พลาสติก 3 ชนิด คือ 1) ถ้วยพลาสติกหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน 2) แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และ 3) หลอดพลาสติก โดยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ อันประกอบด้วยปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยจากสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

### 2.1 ปัจจัยด้านจิตวิทยา

จากการศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ซึ่งในกรอบแนวคิดการวิจัย หมายความถึง ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและอุปนิสัย ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

**ด้านการรับรู้** จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้บริการ จำนวน 21 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ส่วนใหญ่เคยทราบและรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการลดและเลิกการใช้พลาสติกจากภาครัฐ เช่น การรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก การรณรงค์ให้ใช้ถุงผ้า การรณรงค์ให้ใช้แก้วน้ำส่วนตัว การใช้หลอดดูดที่สามารถใช้ซ้ำได้ เป็นต้น โดยเคยรับทราบจากสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้บริการ จำนวน 4 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ไม่ทราบมาตรการดังกล่าว และต้องการทราบข้อมูลเหล่านี้เนื่องจากเห็นว่าเป็นเรื่องที่เห็นว่าคุณคนต้องช่วยกัน โดยส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารดังกล่าวผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดียในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น ภาพ Infographic รายละเอียดดังกล่าว

“เคยได้ยินเรื่อง นโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติก ผ่าน สื่อโทรทัศน์ กับสื่อออนไลน์ ทราบเรื่องการรณรงค์ให้เอาแก้วไปเองกับการใช้หลอดที่ใช้ซ้ำได้”

M นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“เคยรับรู้ เกี่ยวกับการรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก เปลี่ยนมาใช้ถุงผ้าแทนจาก เฟสบุ๊ค เพื่อน คนในครอบครัว”

O นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่เคย ไม่ทราบว่า เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร เพราะไม่ได้ตามข่าวสารจากภาครัฐมากเท่าไร”

F นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ต้องการที่จะทราบข้อมูล เพราะมันเป็นเรื่องที่เราต้องมีการช่วยกัน ฉะนั้นต้องมีการรับรู้บ้าง ต้องมีตัวกลางที่ทำหน้าที่ในการส่งข่าว”

F นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ต้องการ และต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ภาพ infographic ที่เข้าใจง่าย น่าอ่าน ทำให้ประชาชนเกิดความสนใจและตระหนักถึงการลดใช้พลาสติก และอาจมีการขอความร่วมมือจากอุตสาหกรรมบันเทิง ดารา นักร้องให้ช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้ประชาชนเห็นเป็นแบบอย่างจนเกิดเป็นกระแส”

D นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ต้องการ เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติก ต้องการทราบผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย”

A นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

**ด้านความเชื่อในตนเองและอุปนิสัย** จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งหมด มีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่บ้าง เช่น การนำถุงผ้าติดตัวไปด้วยเมื่อไปซื้อของ การปฏิเสธการรับถุงพลาสติก การนำแก้วกาแฟส่วนตัวไปซื้อเครื่องดื่ม ฯลฯ แต่หากจะซื้อเครื่องดื่มจะคำนึงถึงรสชาติที่ตนเองชื่นชอบและความสะดวกในการซื้อเป็นหลัก โดยไม่ได้คำนึงถึงการเป็นร้านกาแฟรักษ์โลกที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ รายละเอียดดังกล่าวสัมภาษณ์

“ปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจากทางร้าน เนื่องจากสิ้นเปลืองและไม่จำเป็น”

J นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ร้านใดก็ได้ ส่วนใหญ่ซื้อร้านประจำ และนอกจากนั้นไม่รู้ว่ามีร้านใดบ้างที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ”

O นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ร้านใดก็ได้ ณ สถานที่ตอนนั้น”

I นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ซื้อร้านใดก็ได้ เพราะเอาตามที่เราสะดวก ประหยัดเวลา”

S นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“จะให้ความสำคัญกับรสชาติกาแฟก่อน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ถ้าร้านที่ไปซื้อ รสชาติกาแฟพอ ๆ กัน กับร้านที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติอยู่แล้ว ก็จะเลือกใช้บริการร้านที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติเหล่านี้มากกว่า”

Z นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

สำหรับนโยบายการรณรงค์และเลิกการใช้พลาสติก ๆ ที่ผ่านมาของภาครัฐ เช่น การงดแจกถุงพลาสติกเมื่อไปซื้อของยังร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ การยกเลิกใช้พลาสติก หุ้มฝาขวดน้ำดื่ม นั้น พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้งหมดเห็นด้วยกับนโยบาย ๆ ดังกล่าว และเห็นว่านโยบาย ดังกล่าว เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมโดยประชาชนทั่วไปให้ความร่วมมือ แต่เห็นว่าบางมาตรการ เป็นการผลักภาระให้ผู้บริโภค เช่น การจ่ายเงินซื้อถุงเมื่อไม่ได้นำไปเอง

เมื่อสอบถามนโยบายการลดและเลิกการใช้พลาสติกของภาครัฐ ได้แก่ การลดและเลิกการใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติกและถุงพลาสติกแบบบาง ที่จะมีผลบังคับใช้ในปี 2564-2565 นี้ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ใช้บริการ จำนวน 23 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าว แต่ต้องการให้รัฐบาลหาแนวทางในการจัดหาวัสดุทดแทนและการรณรงค์ที่ต่อเนื่องเพื่อมิให้เกิดเป็นกระแสเพียงช่วงเวลาหนึ่ง รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบล่วงหน้าเพื่อให้เกิดการเตรียมตัวและปรับตัว ในขณะที่ ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ใช้บริการ จำนวน 2 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ไม่เห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าว ไม่มีวัสดุอื่นใดมาทดแทนพลาสติกได้ เนื่องจาก ความต้องการพลาสติกในด้านต่าง ๆ ยังมีความจำเป็นอยู่และพลาสติก มีราคาถูกกว่าวัสดุประเภทโฟมและกระดาษ รายละเอียดดังกล่าว



“เห็นด้วย กับนโยบายการรณรงค์ลดและเลิกใช้พลาสติกที่ผ่านมาของภาครัฐถือว่าดี คิดว่านโยบายที่มีการดำเนินที่ผ่านมาของทางภาครัฐนั้นได้ผล เพราะ อย่างห้างสรรพสินค้า หรือ 7 eleven ก็จะมีการบังคับให้เราใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก โดยในระยะแรกเราอาจจะยังไม่ชิน เพราะ อาจจะมีการลืมพกถุงผ้าไปในบางครั้ง แต่ในระยะหลังเริ่มชินมากขึ้น เราก็จะพกถุงผ้าไปด้วยอยู่แล้ว เหมือนเป็นการบังคับเราไปในตัวว่าหากเราซื้อของเยอะแล้วเราไม่มีถุงก็จะไม่สามารถขนกลับไปได้ เราก็เลยมีการปรับตัวทำงานเป็นนิสัย หรือแทบจะทุกครั้งเวลาไปไหนมาไหน เช่น ตามตลาดนัด ถึงแม้จะมีการใช้ถุงพลาสติกบ้างแต่เราก็จะมีการพกถุงผ้าไปใส่ของด้วยทุกครั้ง”

Q นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“เห็นด้วย นโยบายถือว่าดีเรื่องของการงดแจกถุงพลาสติกก็ถือว่าได้ผล แต่โดยส่วนตัวมองว่าเป็นการผลักภาระให้ผู้บริโภค”

X นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...แต่ส่วนตัวคิดว่ายังไม่มีความจริงจัง มีแค่การรณรงค์แต่ไม่มีแนวทางอื่นมารองรับ ให้ และคิดว่าการดำเนินนโยบายที่ผ่านมายังไม่ได้ผล”

C นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่ต้องมีวัสดุทดแทนที่ดีในระดับหนึ่ง”

Z นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“เห็นด้วย แต่โดยส่วนตัวมองว่า ทางรัฐบาลควรจะมีชี้แจง แนวทางว่าหากจะมีการยกเลิกใช้เล็กลงโฟมบรรจุอาหาร แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก ถุงพลาสติกแบบบาง ประชาชนจะสามารถนำอะไรมาใช้ทดแทนได้บ้าง ทางรัฐบาลมีนโยบายหรือแนวอะไรมารองรับ เช่น จะมีอะไรสามารถผลิตออกมาได้เพื่อใช้ทดแทนกล่องโฟม แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก ถุงพลาสติกแบบบางเหล่านี้ เป็นต้น คิดว่าน่าจะได้ผล แต่ต้องใช้ระยะเวลาเพื่อให้คนได้เตรียมตัวล่วงหน้าก่อน”

F นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“คิดว่านโยบายดังกล่าวน่าจะได้ผล เพราะหากเรามีการเริ่มลงมือปฏิบัติไปเรื่อย ๆ ก็จะทำให้พลาสติกเหล่านี้ลดลง และตัวเราเองก็จะมีการซึมซับหากทุกคนมีการปฏิบัติตามนโยบายเรา ก็ต้องมีการปฏิบัติตามพวกเขา เป็นไปตามกระแส”

S นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...ยังไม่เห็นด้วย เพราะยังไม่มียะไรมารองรับหรือทดแทนพลาสติกเหล่านี้ ยังมี ความจำเป็นต้องใช้พลาสติกเหล่านี้อยู่ ...”

E นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

## 2.2 ปัจจัยทางสังคม

จากการศึกษาปัจจัยทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลด และเลิกการใช้พลาสติกฯ ซึ่งในกรอบแนวคิดการวิจัย หมายความว่า การกระตุ้นของครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูงหรือคนในสังคมนั้น ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

จากการศึกษาปัจจัยทางสังคม จากอิทธิพลของ Primary Social factor ได้แก่ พ่อแม่ บุคคลในครอบครัว และเพื่อนสนิท พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ให้บริการ จำนวน 16 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า บุคคลในครอบครัว เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกในเรื่องต่าง ๆ จากการที่เห็นบุคคลในครอบครัวทำในเรื่องใดเป็นประจำก็จะเกิดการจดจำ และทำตามกัน เนื่องจากในชีวิตประจำวันของคนในครอบครัวจะทำกิจกรรมร่วมกัน การแสดงออกถึงการอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการก็จะไปในลักษณะเดียวกันหรือเลียนแบบกัน เช่นเดียวกับเพื่อนสนิทที่มีความรู้จักรักมักคุ้นและมีการพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความเห็นกันเป็นประจำ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ให้บริการ จำนวน 9 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า พ่อ แม่ พี่และบุคคลในครอบครัว ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้สินค้าและบริการของตนเอง รวมถึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจ ลดและเลิกการใช้พลาสติก เนื่องจากตนเองเป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องด้วยตัวเองเป็นปกติอยู่แล้ว รายละเอียดดังกล่าวสัมภาษณ์

“มีผล อย่างเช่น แม่พูดหรือแม่บอก ทำให้เราเห็น เราก็จะมีการทำตาม ๆ กันไป”

Q นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผล เพราะ คนในบ้านช่วยกันลดการใช้พลาสติก เช่น ถ้าเราใช้ถุงผ้าบรรจุสินค้าหรือของกลับมา พลาสติกในบ้านก็จะลดน้อยลง”

S นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2563

ปัจจัยทางสังคมจากอิทธิพลของ Secondary Social factor ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน/อาชีพ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจในเรื่องของการลดและเลิกการใช้พลาสติก เนื่องจากเห็นเพื่อนปฏิบัติแล้ว เป็นสิ่งที่ดี ทำให้มีการปฏิบัติตาม เช่น นำแก้วนำส่วนตัวไปซื้อเครื่องดื่มจะได้ส่วนลดเป็นการประหยัดเงิน หรือการที่ต้องไปมีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานหรือองค์กรที่ขอความร่วมมือในการลดหรืองดการใช้พลาสติก เช่น การเข้าร่วมอบรมสัมมนา การเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์ ฯลฯ เช่นเดียวกับอิทธิพลจากบุคคลที่ได้รับการยอมรับในสังคม เช่น ศิลปิน ดารา นักร้อง พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ให้บริการ จำนวน 18 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้สัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ตนเองมักจะติดตามศิลปินดาราที่ตนเองชื่นชอบไม่ว่าจะเป็นการติดตามผลงาน เสื้อผ้า การแต่งกาย ทรงผม กระเป๋า หรือเครื่องประดับอื่น ๆ จึงคิดว่าหากศิลปินดาราที่ตนเองชื่นชอบเป็นแบบอย่างในการรณรงค์ลดใช้พลาสติกก็จะทำให้ตนเองหรือคนทั่วไปเกิดพฤติกรรมการลอกเลียนแบบและยินดีที่จะปฏิบัติตาม รายละเอียดดังกล่าว

“...มีผลเช่นกัน หากเราเห็นเพื่อนปฏิบัติแล้วมันเป็นสิ่งที่ดี เราก็มีการปฏิบัติตาม”

Y นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผล น่าจะเกี่ยวกับการปรับตัวเข้าหาสังคมรอบข้าง หากสังคมรอบข้างมีพฤติกรรมดังกล่าว การมีพฤติกรรมคล้ายกันจะทำให้ปรับตัวได้ง่าย และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้วย”

O นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผล โดยเฉพาะเพื่อนร่วมงาน เพราะเราใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในสังคมเดียวกับพวกเขา มากกว่าบุคคลในครอบครัวอีก”

I นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผล อย่างเช่น ดารา บุคคลเหล่านี้มีการชักจูง ดุบ้อย ๆ พอคนให้ความสนใจก็จะเกิดการติดตามเลียนแบบ”

E นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

### 2.3 ปัจจัยจากสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ

จากการศึกษาปัจจัยจากสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ซึ่งในกรอบแนวคิดการวิจัย หมายความถึง อิทธิพลจากกระแสนิยมแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากอิทธิพลของสื่อ (สังคมออนไลน์) รวมถึง

การเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

จากการศึกษาปัจจัยจากอิทธิพลของสื่อซึ่งในปัจจุบันจะเห็นสื่อต่าง ๆ มีการรณรงค์ลดการใช้พลาสติกอย่างต่อเนื่อง ทั้งโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้คนในสังคม เกิดความตื่นตัวในการอนุรักษ์มากขึ้น เนื่องจากได้รับข้อมูลบ่อยจนเกิดความเคยชิน แต่ในขณะเดียวกัน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนหนึ่งให้เหตุผลว่าจากอิทธิพลทางด้านสาธารณสุข อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคโควิด 19 ทำให้ตนเองเกิดความกังวลใจในความปลอดภัยต่อตนเองและไม่มั่นใจในมาตรการรักษาความสะอาดจากทางร้านขายเครื่องดื่ม หากนำแก้วส่วนตัวมาใส่เครื่องดื่ม ประกอบกับทางร้านก็มีนโยบายไม่รับแก้วที่เตรียมไปเอง เพื่อต้องการลดการสัมผัส ลดการใช้ซ้ำ เพื่อป้องกันเชื้อโรค รวมถึงการใช้หลอดดูดพลาสติกแบบที่มีพลาสติกหุ้มเพื่อความสะอาดปลอดภัย ลดการปนเปื้อนเชื้อโรค ปัจจัยดังกล่าวจึงอาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อความสำเร็จในมาตรการลดแก้วเครื่องดื่มพลาสติกและหลอดพลาสติก ส่วนอิทธิพลด้านเศรษฐกิจจากการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาเครื่องดื่ม ในกรณีที่น่าแก้วมาเอง งดรับถุงและหลอด กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจในการลดและเลิกการใช้พลาสติก เพราะสามารถประหยัดรายจ่ายได้ มีเพียงบางส่วนคิดว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการลดและเลิกการใช้พลาสติก รายละเอียดดังกล่าวคำสัมภาษณ์

“มีผล เช่น สื่อต่าง ๆ มีการชักจูงหรือโน้มน้าวให้คนเลิกพฤติกรรมทิ้งหรือเลิกใช้พลาสติกแล้วกลับมาใช้วัสดุธรรมชาติแทน ทั้งนี้ ดาราควรจะเป็นตัวอย่างที่ดีในการให้ประชาชนทั่วไปทำตามได้”

Y นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผลมาก ทำให้ไม่กล้าใช้อะไรที่ใช้ซ้ำ เพราะกลัวโลกติดต่อกัน”

D นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผลต่อการนำไปแก้วไปร้านเอง รวมทั้งทางร้านก็มีนโยบายไม่รับแก้วที่เตรียมไปเองด้วยเช่นกัน จนต้องเปลี่ยนไปใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งของทางร้าน”

M นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล เพราะโดยส่วนตัวคิดว่าอยากจะใช้แก้วส่วนตัวมากกว่า เพราะมีความปลอดภัยมากกว่า ไม่ต้องเจือปนกับของที่อยู่ในร้าน”

Z นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“มีผล เพราะสามารถลดราคาสินค้าที่ใช้เป็นประจำได้ สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่าเดิม”

B นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่มีผล บางครั้งเราไม่ได้มีการเตรียมแก้วส่วนตัวไปเอง เน้นความสะดวกมากกว่า”

S นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

### ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ฯ

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติกประเภทถุงพลาสติกหูหิ้วแบบบาง แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และหลอดพลาสติก ในทัศนคติของผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการ ร้านกาแฟในเขตอำเภอเมืองนครปฐม ในพื้นที่ 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

#### 3.1 ปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติกของผู้ประกอบการร้านกาแฟ

ด้านการบังคับใช้มาตรการลดและเลิกการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติก และหลอดพลาสติก พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่คิดว่าสามารถปฏิบัติตามนโยบายการลดและเลิกการใช้พลาสติกได้หากภาครัฐมีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด โดยจะปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นประเภทกระดาษหรือพลาสติกย่อยสลายได้ มีเพียงบางส่วนที่ไม่สามารถปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวได้ โดยให้เหตุผลว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทดแทนพลาสติกส่วนใหญ่หาซื้อได้ยากและมีราคาค่อนข้างสูง อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุน ความสะดวก ความสวยงามและคุณภาพของเครื่องดื่ม มีเพียงบางรายยังไม่แน่ใจว่าจะสามารถปฏิบัติตามได้หรือไม่ รายละเอียดดังกล่าวจะนำเสนอในลำดับถัดไป

“สามารถทำได้เลย ถ้าภาครัฐมีนโยบายที่เคร่งครัดให้ทุก ๆ ภาค ทุก ๆ ส่วนมีการปฏิบัติตามนโยบาย”

ง นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“สามารถปฏิบัติตามได้ ถ้าทางภาครัฐมีการออกกฎหมายมาอย่างเคร่งครัด”

ค นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564



“คิดว่าไม่น่าทำได้นะ เพราะหาซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ยาก และต้นทุนมันราคาสูง”

จ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...อาจต้องขอคุณโยบายตอนนั้นก่อนว่าจะทำได้มั้ย”

ข นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...ส่งผลกระทบทางด้านความสวยงามมากกว่า เพราะบางที่เราอยากให้เห็นสีสันทน ลวดลายสวย ๆ ของเครื่องดื่ม หากใส่เป็นแก้วโลหะ อลูมิเนียม สแตนเลสก็จะไม่เห็นตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนทางด้านต้นทุนไม่กระทบเพราะหากลูกค้ามีการนำแก้วส่วนตัวมาใช้เองทางร้านก็ไม่ต้องซื้อแก้วเพิ่ม”

ช นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ส่งผลกระทบ ถ้าวัสดุทดแทนพลาสติกหรือวัสดุธรรมชาติมีราคาต้นทุนที่แพงกว่าเมื่อเทียบกับพลาสติกแล้ว”

ญ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ส่งผลกระทบ เพราะทางร้านขายเครื่องดื่ม เครื่องดื่มเวลาอยู่ในบรรจุภัณฑ์กระดาษมันอยู่ได้ไม่นานพอ เวลาเครื่องดื่มละลายมันจะทำให้เปื่อย”

ท นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่ส่งผลกระทบ สามารถทำได้เลย เพราะเป็นเรื่องที่ต้องทำและทางร้านก็ต้องยอมรับ ต้องมีการปรับตัว”

ง นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ยังไม่แน่ใจ ต้องขอคุณโยบายที่ออกมา ณ ตอนนั้นก่อน หากส่งผลกระทบก็อาจจะเป็นเรื่องของต้นทุนที่สูงขึ้น และเรื่องความสวยงามที่ทำให้ไม่เห็นลวดลาย ความสวยงามของเครื่องดื่ม”

ณ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564



“คงหาสินค้าทดแทนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่พลาสติก ปรับรูปแบบด้านบรรจุภัณฑ์ใช้ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแทน ส่วนทางด้านราคาคงไม่ปรับขึ้น เพราะตลาดที่อยู่ไม่สามารถปรับราคาเพิ่มขึ้นได้”

ช นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“หาวัสดุบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่มีราคาต้นทุนไม่สูงมาก นอกจากนี้จัดการให้ถุงหิ้วพลาสติกเปลี่ยนมาใช้ถุงกระดาษแทน”

ภ นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

ด้านความต้องการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการให้ภาครัฐช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว หลอด และถุงจากวัสดุทดแทนพลาสติกออกสู่ตลาดให้ปริมาณเพียงพอ หาซื้อได้ง่ายและราคาไม่แพง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามมาตรการลดการใช้พลาสติกของภาครัฐได้ รายละเอียดดังกล่าว

“สำหรับในแง่ของผู้ประกอบการ เห็นด้วยกับนโยบายของภาครัฐในแง่ของการรักษาสีเขียว แต่อยากให้ภาครัฐช่วยสนับสนุนธุรกิจที่ทำบรรจุภัณฑ์ทางเลือกหรือบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ให้ธุรกิจเหล่านี้สามารถปรับราคาลงมาได้ในระดับที่พ่อค้าแม่ค้าทั่วไปสามารถซื้อได้ เพราะหากราคาไม่แพงจนเกินไป ทุกคนน่าจะพร้อมให้ความร่วมมือในการที่จะนำนโยบายดังกล่าวมาใช้”

ก นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“สำหรับทางร้านยินดีให้ความร่วมมือ และเห็นด้วย แต่อยากเสนอแนะทางภาครัฐมากกว่า หากภาครัฐจะมีการบังคับให้ใช้นโยบายหรือมีการออกกฎหมายเกี่ยวกับนโยบายดังกล่าว ภาครัฐต้องให้การช่วยเหลือภาคอุตสาหกรรมที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ เช่น ปรับราคาภาษีของไบโอพลาสติกให้ถูกลง ลดภาษีตามโรงงานต่าง ๆ เป็นต้น โดยลดค่าภาษีให้น้อยที่สุดเท่าที่ทางภาครัฐจะช่วยให้ เพื่อให้โรงงานเหล่านี้มีการประกอบการเยอะขึ้นและสามารถผลิตวัสดุทดแทนพลาสติกได้เยอะขึ้นพอสินค้าวัสดุทดแทนมีปริมาณเยอะขึ้นก็จะส่งผลให้ราคาตลาดถูกลง ผู้ประกอบการหรือร้านค้าต่าง ๆ ก็จะสามารถซื้อได้ เมื่อต้นทุนถูกลงทางร้านต่าง ๆ หรือร้านค้าก็จะสามารถหาซื้อได้ในราคาที่ไม่แพง พอราคาไม่แพงก็ไม่ต้องไปบวกต้นทุนเพิ่มกับสินค้าและไม่เป็นการไปเบียดเบียนผู้บริโภคด้วย สุดท้ายแล้ววัสดุทดแทนพลาสติกหรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ในอนาคตอาจจะกลายเป็นราคาปกติเหมือนพลาสติกทั่ว ๆ ไป ที่ใช้กันอยู่ทุกวันนี้ก็ได้”

ข นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

### 3.2 ปัญหาและอุปสรรคในการลดและเลิกการใช้พลาสติกของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ

จากการศึกษา พบว่า หากภาครัฐมีการบังคับใช้มาตรการลดและเลิกการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติก และหลอดพลาสติก ผู้ใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าส่งผลกระทบต่อการใช้บริโภคเครื่องดื่ม เนื่องจากไม่สะดวกนำแก้วส่วนตัวไปใช้ และไม่สะดวกหากต้องดื่มโดยไม่ใช้หลอดดูดหรือไม่มีถุงหิ้ว แต่หากร้านมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์อื่นทดแทนพลาสติกและ มีการปรับขึ้นราคาเครื่องดื่ม ตนเองก็ยอมรับได้ในราคาที่ไม่วุ่นวายเกินไป แต่อาจปรับตัวโดยการบริโภคน้อยลงหรือการนำแก้วส่วนตัวและหลอดส่วนตัวมาใช้ ในขณะที่บางส่วนให้เหตุผลว่าการปรับเปลี่ยนวัสดุอื่นทดแทนแก้วพลาสติกควรเป็นต้นทุนของร้านกาแฟ ไม่ควรผลักภาระให้กับผู้บริโภค

ด้านการขอความร่วมมือในการลดและเลิกการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติกและถุงพลาสติก พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดให้ข้อมูลว่ายินดีให้ความร่วมมือในการลดและเลิกการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติกและถุงพลาสติก โดยต้องการมีส่วนร่วมช่วยในการทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นและคิดว่าจะสามารถช่วยแก้ปัญหาขยะพลาสติกของประเทศไทยได้ มีเพียงผู้ให้ข้อมูลหนึ่งราย เห็นว่าการขอความร่วมมือในเรื่องดังกล่าวไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาขยะพลาสติกของประเทศไทยได้

ด้านความต้องการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการให้ภาครัฐจัดหาวัสดุทดแทนที่มีคุณภาพและราคาสมเหตุสมผล รวมถึงการกำหนดเป็นกฎหมายบังคับใช้ให้ทุกคนปฏิบัติตาม โดยให้มีการปฏิบัติแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยเริ่มจากการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจควบคู่ไปกับมาตรการสร้างแรงจูงใจ เช่น โพรโมชัน ลดราคาสินค้าหรือเครื่องดื่มให้กับลูกค้าที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ฯลฯ และขอความร่วมมือ แล้วจึงประกาศบังคับใช้เพื่อให้ทุกคนเรียนรู้และเกิดการปรับตัวแบบค่อยเป็นค่อยไปจนเกิดเป็นรูปธรรมในที่สุด รายละเอียดดังกล่าวจะนำเสนอในบทสัมภาษณ์

“มีผล เพราะบางครั้งไม่สะดวกในการพกแก้วส่วนตัวไปไหนมาไหนด้วยตลอดเวลา”

J นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ส่งผลกระทบต่อถ้าทางร้านหากมีการยกเลิกการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติกและหลอดพลาสติกจริง ๆ แล้วหันมาใช้วัสดุจากธรรมชาติที่ดีกว่าเดิม ซึ่งราคาสูงขึ้น ฉะนั้นอาจจะทำให้มีการบริโภคน้อยลง”

X นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“เห็นด้วย ถ้าทางร้านไม่ปรับราคาสูงจนเกินไป”

J นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“เห็นด้วย แต่ราคาจะต้องอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ ถ้าสูงมากเกินไปก็ไม่ไหว เพราะราคาถือเป็นปัจจัยหนึ่งต่อการบริโภค”

H นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ไม่เห็นด้วย ในมุมมองของผู้บริโภค มันเป็นการผลักภาระให้ผู้บริโภค ทำให้เราต้องเสียดำใช้จ่ายเพิ่มขึ้น”

K นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ยินดีให้ความร่วมมือ เพราะอยากมีส่วนร่วมช่วยในการลดการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติก เพื่อลดปริมาณพลาสติกที่อาจมีผลต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต”

P นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ช่วยแก้ปัญหาขยะพลาสติกของประเทศไทยได้ หากทุกคนให้ความร่วมมือ เพราะการลดใช้พลาสติกทำให้ปริมาณขยะลดลงและส่งผลให้เกิดมลพิษหรือผลเสียที่ตามมาจากการใช้พลาสติกลดลงตามไปด้วย”

P นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“...ส่วนการใช้การขอความร่วมมือคิดว่าเป็นไปได้ยากมากๆที่จะสำเร็จ มันเป็นเพียงคำพูด เป็นนามธรรม ฟังหูออกหูก็ได้ ถ้าจะให้เกิดขึ้นได้จริงต้องนำสู่ภาคปฏิบัติ สร้างความเคยชิน ทำให้พฤติกรรมดังกล่าวเป็นเรื่องปกติ เป็นสิ่งที่ทำเป็นชีวิตประจำวัน ตามความเห็นส่วนตัว การขอความร่วมมือทำให้ห่างจากคำว่าปกติ เพราะหมายถึงว่ามันไม่เกิดขึ้น จนต้องขอให้ทำ”

O นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“อยากให้ทางรัฐมีการให้ความสำคัญในเชิงให้รางวัลตอบแทนกับคนที่มีการอนุรักษ์ หรือช่วยทางด้านของราคาซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าและผู้บริโภค เช่น มีการจัดโปรโมชั่นช่วยลดราคาสินค้า หรือเครื่องดื่มให้กับลูกค้าที่มีการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเหล่านี้”

Z นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ถ้าเราต้องการเปลี่ยนไม่ใช้วัสดุที่ทำจากพลาสติก ของที่มาทดแทนควรจะมีการพัฒนาหรือการผลิตที่ได้มาตรฐานมากขึ้น เช่น หลอด ต้องไม่ให้เปื่อยง่ายเกินไป คือ ควรมีระยะเวลาการใช้งานได้พอสมควร ไม่ใช่ใช้งานได้ไม่นานแล้วเปื่อย ขาดง่าย ทำให้เศษกระดาษของหลอดติดกับปากง่าย”

Y นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ควรใช้มาตรการขอความร่วมมือในระยะแรกโดยสร้างแรงจูงใจ และเปลี่ยนเป็นการใช้กฎหมายระยะยาว”

R นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“อยากให้ช่วยหาแนวทางอื่นในการเตรียมความพร้อมก่อนเบื้องต้นหรือแนวทางอื่นที่รองรับและสามารถปฏิบัติได้ก่อนที่จะยกเลิกการใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติก และหลอดพลาสติก และลดราคาวัสดุที่นำมาทดแทนพลาสติกหรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้มีราคาที่เหมาะสม เหตุสมควร ไม่ใช่ราคาที่แตกต่างกันมากจนเกินไป จะทำให้ไม่มีใครหันไปให้ความร่วมมือ หรือหันไปใช้วัสดุเหล่านี้ เพราะจะทำให้คนกลับมาใช้พลาสติกกันเหมือนเดิม”

C นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

“ต้องค่อย ๆ เป็นค่อย ๆ ไป ไม่ใช่ประกาศมาแล้วให้เริ่มใช้โดยทันที เพราะบางคนที่เขาไม่รู้ก็คือไม่รู้ ยังไม่เข้าใจนโยบาย”

X นามสมมติ, กุมภาพันธ์ 2564

## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ให้บริการร้านกาแฟต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ให้บริการร้านกาแฟ จำนวน 50 คน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะจากการศึกษา ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ให้บริการร้านกาแฟ

###### ผู้ประกอบการร้านกาแฟ

ร้านกาแฟในเขตตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว อำเภอนครปฐม ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่เมืองที่เป็นย่านการค้าและธุรกิจ (เช่น ตลาดร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า) ชุมชนบ้านพักอาศัย สถานศึกษา และสถานที่ราชการ ลักษณะของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว พนักงานทั่วไป และนักเรียนนักศึกษา ตามลำดับ ในการซื้อเครื่องดื่มลูกค้าจะไม่นิยมนำแก้วส่วนตัวมาเองและมีการซื้อกลับบ้านในปริมาณใกล้เคียงกับซื้อแล้วนั่งดื่มที่ร้าน ปริมาณการขายเครื่องดื่มอยู่ที่ประมาณ 10-100 แก้วต่อวัน บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในร้านส่วนใหญ่ทำจากพลาสติก ได้แก่ แก้วใส่เครื่องดื่ม หลอดดูด ถุงหิ้วใส่แก้วกาแฟ มีเพียงบางร้านที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น กระจกกระดาษ แก้วกระดาษ แก้วแบบย่อยสลายได้ และหลอดกระดาษ ร่วมด้วย โดยผู้ประกอบการร้านกาแฟจำนวน 25 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 24-65 ปี โดยเป็นเจ้าของรายเดียว ไม่มีหุ้นส่วนและระยะเวลาการประกอบกิจการตั้งแต่ 3-20 ปี

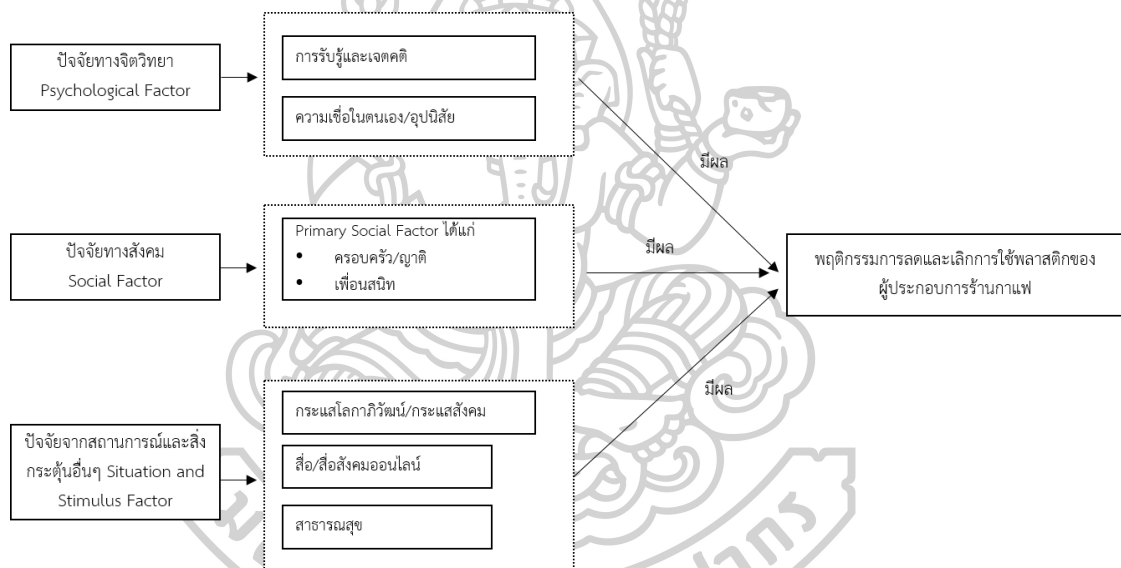
###### ผู้ให้บริการร้านกาแฟ

ผู้ให้บริการร้านกาแฟในเขตตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแพะ ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว อำเภอนครปฐม จำนวน 25 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 22-59 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานทั่วไป ธุรกิจส่วนตัว และนักเรียนนักศึกษา ตามลำดับ มีจำนวนการบริโภคเครื่องดื่ม 1-10 แก้วต่อสัปดาห์ โดยส่วนใหญ่จะไม่นิยมนำแก้วส่วนตัวไปใส่เครื่องดื่ม เพราะไม่สะดวกในการพกพาและการทำความสะอาดหลังการใช้ ลักษณะแก้วเครื่องดื่มจากร้านที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นแก้วพลาสติก และมีเพียงส่วนน้อยที่ใช้บรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษร่วมด้วย



## 2) พฤติกรรมของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการร้านค้าแพในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

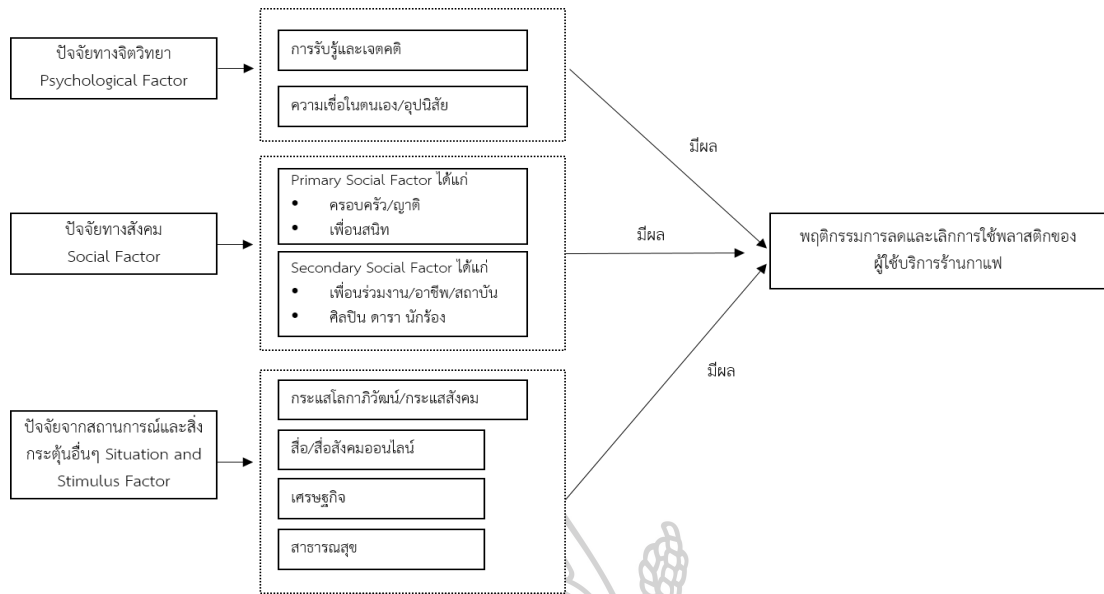
**ผู้ประกอบการร้านค้าแพ** จากการศึกษาสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแพ ได้แก่ ปัจจัยทางจิตวิทยาในเรื่องของการรับรู้และความเชื่อในตนเองและอุปนิสัย ปัจจัยทางสังคมจากกลุ่ม primary social factor ที่เป็น พ่อ แม่ บุคคลในครอบครัวและเพื่อนสนิท และปัจจัยสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคจากกระแสการอนุรักษ์ การระบาดของโรค และอิทธิพลจากสื่อ โดยปัจจัยทางสังคมจากกลุ่ม secondary social factor ที่เป็นเพื่อนร่วมอาชีพ/งาน และศิลปิน ดารา นักร้อง ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแพ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ของผู้ประกอบการร้านค้าแพ

**ผู้ให้บริการร้านค้าแพ** จากการศึกษาสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ของผู้ให้บริการร้านค้าแพ ได้แก่ ปัจจัยทางจิตวิทยาในเรื่องของการรับรู้และความเชื่อในตนเอง ปัจจัยทางสังคมจากกลุ่ม primary social factor ที่เป็น พ่อ แม่ บุคคลในครอบครัวและเพื่อนสนิท กลุ่ม secondary social factor เพื่อนร่วมงาน/ร่วมอาชีพ ศิลปิน ดารา นักร้อง และปัจจัยสถานการณ์และ สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ในเรื่องกระแสโลกาภิวัตน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สื่อสังคมออนไลน์ สาธารณสุขและเศรษฐกิจ (ซึ่งเป็นไปตามกรอบแนวคิดการวิจัย) ดังภาพที่ 6





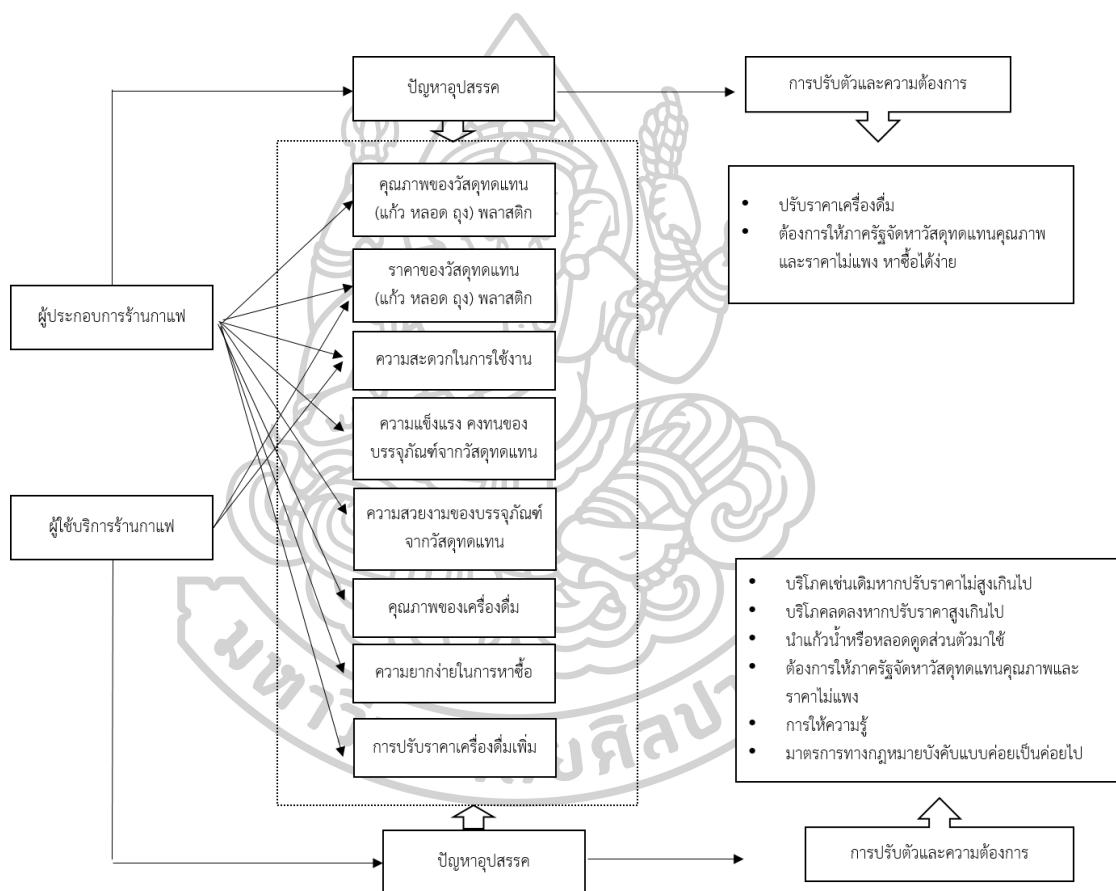
ภาพที่ 6 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกฯ ของผู้บริการร้านกาแฟ

### 3) ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการและผู้บริการร้านกาแฟในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573

**ผู้ให้บริการร้านกาแฟ** จากการศึกษาสรุปได้ว่า ในอนาคตหากภาครัฐมีการบังคับใช้มาตรการลดและเลิกการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติก และหลอดพลาสติก ผู้ประกอบการร้านกาแฟส่วนใหญ่คิดว่าสามารถปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวได้ หากภาครัฐมีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด โดยจะปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นประเภทกระดาษหรือวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ โดยสะท้อนปัญหาอุปสรรคในเรื่องของคุณภาพและราคาของวัสดุทดแทนพลาสติก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสะดวกในการใช้งาน ความแข็งแรงคงทน ความสวยงามและคุณภาพของเครื่องดื่ม รวมถึงความยากง่ายในการหาซื้อตามท้องตลาดทั่วไป และที่สำคัญคือราคาของเครื่องดื่มที่อาจต้องปรับตัวสูงขึ้น จากต้นทุนของภาชนะทดแทนแก้วพลาสติก หลอดพลาสติกและถุงพลาสติกที่อาจสูงขึ้น และต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกออกสู่ตลาดในปริมาณที่เพียงพอ หาซื้อได้ง่าย และราคาไม่แพง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามมาตรการลดการใช้พลาสติกของภาครัฐได้

**ผู้บริการร้านกาแฟ** จากการศึกษาสรุปได้ว่าในอนาคตหากภาครัฐมีการบังคับใช้มาตรการลดและเลิกการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติก และหลอดพลาสติก ผู้บริการร้านกาแฟส่วนใหญ่คิดว่ายินดีที่จะให้ความร่วมมือ แต่เห็นว่าจะส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของตนเอง เนื่องจากไม่สะดวกในการพกพาแก้วส่วนตัวไปใช้ และไม่สะดวกหากต้องดื่มโดยไม่ใช้หลอดดูดหรือไม่มีถุงสำหรับหิ้ว แต่หากทางร้านขายกาแฟมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์อื่นทดแทนพลาสติกและมีการปรับขึ้นราคาเครื่องดื่ม ตนเองก็ยอมรับได้ในราคาที่ไม่สูงจนเกินไป

แต่อาจปรับตัวโดยการบริโภคให้น้อยลงหรือการนำแก้วส่วนตัวและหลอดส่วนตัวมาใช้ ในขณะที่บางส่วนก็ให้เหตุผลว่าควรเป็นต้นทุนของร้านค้าเพื่อไม่ควรผลักภาระให้กับผู้บริโภค กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้ภาครัฐจัดหาวัสดุทดแทนที่มีคุณภาพและราคาสมเหตุสมผล รวมถึงการกำหนดเป็นกฎหมายบังคับใช้ให้ทุกคนปฏิบัติตามแต่มีลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยเริ่มจากการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ ควบคู่ไปกับมาตรการสร้างแรงจูงใจ เช่น โพรโมชัน ลดราคาสินค้าหรือ เครื่องดื่มให้กับลูกค้าที่มีช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ฯลฯ แล้วจึงประกาศบังคับใช้เพื่อให้ทุกคนเรียนรู้และเกิดการปรับตัวแบบค่อยเป็นค่อยไปจนเกิดเป็นรูปธรรมในที่สุด ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการร้านค้าแฟฟต่อการลดและเลิกการใช้พลาสติก

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

### ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกของผู้ประกอบการร้านค้าแพ

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมจากกลุ่ม PSF และปัจจัยสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นในเรื่องกระแสโลกาภิวัตน์ สื่อ และสาธารณสุข มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกของผู้ประกอบการร้านค้าแพ ยกเว้นปัจจัยทางสังคมจากกลุ่ม SSF ที่เป็นกลุ่มเพื่อนร่วมอาชีพ ศิลปิน ดารา นักร้องที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ของผู้ประกอบการร้านค้าแพ

ปัจจัยด้านจิตวิทยาในเรื่องของการรับรู้จะเห็นได้ว่า มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแพ สอดคล้องกับทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Transtheoretical Model : TTM) หรือ Stage of Change Model ของ Prochaska และ DiClemente (1983) ที่กล่าวว่า บุคคลจะไม่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากการคิดเพียงครั้งเดียว แต่จะค่อย ๆ พัฒนาไปที่ละขั้น โดยเริ่มจากในขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลง (stages of change) ซึ่งมี 6 ระยะ เริ่มจากระยะก่อน การคิดหรือขั้นไม่สนใจปัญหาจนถึงระยะขั้นสิ้นสุดนั้น จะเห็นได้ว่า การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ประกอบการ เปรียบได้กับระยะที่ 3 ของขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงตามทฤษฎี ๆ ซึ่งเป็นระยะการเตรียมตัวหรือ ขั้นตัดสินใจและเตรียมตัว (preparation) เพื่อจะลงมือปฏิบัติ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาตียา กูโน, ภัทรพร อุดมทรัพย์ และวรางคณา ต้นทสันติสกุล (2563) ที่พบว่า การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสาเหตุ ผลกระทบและการจัดการขยะพลาสติก จะทำให้คนเกิดความรู้ ความเข้าใจ เกิดทัศนคติที่ดี จนถึงขั้นมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติในการลดขยะพลาสติก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิร คุณทวีเทพ และณัฐวุฒิ คุ้มฉนวนเจริญชัย (2562) ที่พบว่า การที่ผู้ประกอบการ SME ไม่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารในมาตรการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการไม่ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมที่กำหนดไว้ นอกจากนี้จากการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาในเรื่องความเชื่อในตนเอง/อุปนิสัย ก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการปฏิบัติของผู้ประกอบการร้านค้าแพในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการ ๆ ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการลดและงดการใช้พลาสติกเป็นนโยบายที่ดีและเชื่อมั่นว่าหากในอนาคตมีการยกเลิกการใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติกและถุงพลาสติก โดยภาครัฐให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนให้เห็นถึงอันตรายและโทษของพลาสติก ควบคู่กับการออกกฎหมายบังคับใช้ก็จะสามารถประสบความสำเร็จได้ รวมถึงมีมาตรการหรือนโยบายรองรับการปรับเปลี่ยน เช่น การจัดหาวัสดุทดแทนที่มีคุณภาพและราคาใกล้เคียงกับพลาสติก โดยไม่ทำให้ภาระต้นทุนของผู้ประกอบการสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ จริญญา ศรีจรูญ (2559) ที่พบว่า รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ผลิตที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในการผลักดันให้เกิดการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และ

หากมีการขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟในการลดและเลิก การใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก และถุงพลาสติก

จากการศึกษาายังแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางสังคมจากกลุ่ม PSF ที่เป็นพ่อ แม่ บุคคลในครอบครัว และเพื่อนสนิท มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ฯ ของผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมการณ์แบบของ Bandura (1977) ที่กล่าวว่า พฤติกรรม การเลียนแบบเกิดจากการเรียนรู้และเลียนแบบพฤติกรรมของตัวแบบที่เป็นบุคคลจริงซึ่งหมายถึงความถึง ตัวแบบที่สามารถสังเกตได้โดยตรงและการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะพ่อ แม่ สมาชิกในครอบครัว เป็นต้น ส่วนปัจจัยด้านสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นในเรื่องกระแสโลกาภิวัตน์ สื่อและสาธารณสุข มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ฯ ของผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟ สอดคล้องกับศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในสหรัฐอเมริกา (2563) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การที่ผู้ประกอบการเกิดการ ปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรม New Normal ของผู้บริโภคจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ จากลูกค้าและทำให้ธุรกิจร้านอาหารสามารถเดินหน้าต่อไปได้ หลังยุค COVID-19 การลงทุนกับบรรจุภัณฑ์ที่ ดึงดูดใจ บรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยต่ออาหารจะกลายเป็นมาตรฐานใหม่ที่สำคัญ

#### **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกของผู้ใช้บริการร้านค้ากาแฟ**

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าทั้ง 1) ปัจจัยทางจิตวิทยา 2) ปัจจัยทางสังคม และ 3) ปัจจัยด้านสถานการณ์ และสิ่งกระตุ้น ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ฯ ของผู้ใช้บริการร้านค้ากาแฟ สะท้อนให้เห็นว่า 1) ปัจจัยทางจิตวิทยา เรื่องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการลดและเลิกการใช้พลาสติก ของผู้ใช้บริการร้านค้ากาแฟ มีผลต่อแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมลดการใช้พลาสติกของผู้ใช้บริการร้านค้ากาแฟ ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม สอดคล้องกับบทความของสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแพร่ (2561) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ให้ทุกภาคส่วนมีการรับรู้ในเรื่อง โทษจากถุงพลาสติก การใช้ซ้ำ และการใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทน ฯลฯ ทำให้ประชาชนมีความคิดและ ทัศนคติที่เปลี่ยนไปจากเดิมจนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเอง ส่วนในเรื่องความเชื่อมั่นใน ตนเองและอุปนิสัยส่วนตัวก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มของการเกิดพฤติกรรมเช่นเดียวกัน เช่น การที่ผู้ใช้ข้อมูลส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว การนำถุงผ้า ติดตัวไปด้วยเมื่อไปซื้อของ การปฏิเสธการรับถุงพลาสติก การนำแก้วกาแฟส่วนตัวไปซื้อเครื่องดื่ม ฯลฯ สอดคล้องกับทฤษฎีของ Stern (2000) และ Urien and Kilbourne (2011) ที่กล่าวว่า ประเภทของพฤติกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม ตามระดับความมุ่งมั่นในเรื่องการรักษ์สิ่งแวดล้อม แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม โดยกลุ่มพฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนตัว (Lifestyle Behavior) บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อมได้สม่ำเสมอในชีวิตประจำวัน จะเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ปฏิบัตินอกเหนือจากการทำงานเป็นเรื่องสำคัญ เช่น การใช้พลังงานใน ครัวเรือนอย่างประหยัด การคัดแยกขยะ การเปลี่ยนอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงานไฟฟ้า เปลี่ยนหลอดไฟ ที่ประสิทธิภาพสูงแทนหลอดไฟแบบเก่า 2) ปัจจัยทางสังคม จากกลุ่มของ PSF มีผลต่อการดำเนินชีวิต

ความคิดและการเลือกพฤติกรรมเพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับ ทำให้การแสดงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการมักแสดงออกถึงการอุปโลกบริโกลคสินค้าและบริการในลักษณะเดียวกันหรือเลียนแบบกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรา เหลืองชัยกุล (2556) ที่พบว่า วัยรุ่นเลือกที่จะนำพฤติกรรมที่ได้เห็นจากบิดา มารดา เช่น การวางตัว การดูแลกันและการปฏิบัติ ตัวต่อกัน มาปรับใช้กับคนรักของตนเอง รวมถึงปัจจัยทางสังคมจากกลุ่ม SSF ที่เป็นดารา นักร้อง ศิลปินที่ชื่นชอบ ก็จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการรับรู้ของ ชูชัย สมितिไกร (2556) ที่กล่าวว่า บุคคลจะมีการเลือกรับรู้สิ่งเร้าที่มีความน่าสนใจตรงกับความต้องการของตนเอง เช่น การใช้ภาพ การใช้ดารา นักแสดง นักร้องที่ได้รับความนิยมเป็นผู้นำเสนอหรืออยู่ในสื่อ และยังคงสอดคล้องกับ ณีฎฐา อู่มานะชัย (2556) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักให้ความเชื่อถือข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มดาราหรือคนดังเป็นอย่างมาก เพราะมีความเชื่อมั่นว่าข้อมูลที่ได้รับเป็นข้อมูลจากผู้บริโภคด้วยกันเอง (Peer to Peer) หรือจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert to Peer) ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากกว่าตนและคิดว่าข้อมูลที่ได้รับไม่ใช่การโฆษณาโดยเจ้าของสินค้าและบริการ จึงยินดีที่จะเปิดรับโดยปราศจากอคติผู้บริโภคอาจมีความเชื่อถือดาราหรือคนดังคนใดคนหนึ่งอยู่ก่อนแล้ว และเมื่อได้รับรู้ว่าดาราหรือคนดังที่ตนชื่นชอบนั้นใช้สินค้าหรือบริการใด ส่วนใหญ่ก็จะต้องการที่จะใช้สินค้าหรือบริการนั้น พร้อมทั้งยินดีที่จะบอกต่อไปยังคนใกล้ชิดอีกด้วย ดังนั้น การอ้างอิงจากดาราหรือคนดังผ่านอินสตาแกรมนั้นมีอิทธิพลและเป็นตัวรับรองมาตรฐานที่ดีในการเลือกซื้อ จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสูงมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัสสรนันท์ อเนกธรรมกุล (2553) ที่กล่าวว่า รูปแบบของการนำเสนอโฆษณาด้วยการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง จากหลากหลายอาชีพ เช่น ดารา ศิลปิน นักร้อง นักกีฬา (Celebrity) มาเป็นสื่อกลางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจะช่วยให้เกิดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพได้ 3) ปัจจัยด้านสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เช่น **อิทธิพลของสื่อ** ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ มีผลทำให้คนในสังคมเกิดความตื่นตัวในการอนุรักษ์มากขึ้น เนื่องจากได้รับข้อมูลบ่อยจนเกิดความเคยชิน สอดคล้องกับ อิศริยะ ไพริพ่ายฤทธิ์ (2558) ที่กล่าวว่า การรับรู้ข่าวสารการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมาจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เนื่องจากสามารถเข้าถึงประชากรได้มากถึงร้อยละ 98 รวมถึง**อิทธิพลด้านสาธารณสุข** ดังเช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้ผู้คนตระหนักถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยของการอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการ ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น การสั่งซื้ออาหารออนไลน์และเดลิเวอรี่มากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลจากการสำรวจของกรมควบคุมมลพิษ ที่พบว่า มีการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์เพิ่มมากขึ้นกว่าร้อยละ 30 ช่วงวิกฤติการระบาดของโควิด 19 (กรมควบคุมมลพิษ, 2563) และ**อิทธิพลด้านเศรษฐกิจ**จากการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา เครื่องดื่มในกรณีที่น่าแก้วมาเองมีผลต่อการตัดสินใจ เพราะสามารถประหยัดรายจ่ายได้ สอดคล้องกับ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2548)



ที่ได้กล่าวถึงเรื่องของการใช้มาตรการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เช่น การลด แลก แจก แถมสินค้า ในการช่วยเพิ่มส่วนประสมทางการตลาด และยังสอดคล้องกับบทความวิจัยของ ญัฐภักดิ์ ศิริบุญญะพัฒน์ (2553) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น โปรโมชันซื้อ 1 แถม 1 รองลงมา คือ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด เป็นต้น

#### **ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านค้าแพตต่อการลดและเลิกการใช้พลาสติก**

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการร้านค้าแพส่วนใหญ่คิดว่าสามารถปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวได้ โดยปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นประเภทกระดาษหรือวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวและไม่ได้มีลักษณะเป็นเฟรนไชส์ การตัดสินใจในการปรับเปลี่ยนใด ๆ จึงสามารถทำได้ง่าย แต่อย่างไรก็ตามก็พบปัญหาอุปสรรคในเรื่องของคุณภาพและราคาของวัสดุทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก ซึ่งส่วนใหญ่มักจะมีราคาแพงและความแข็งแรงทนน้อยกว่าวัสดุพลาสติก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรลดา เกียรติมงคลกุล (2560) ที่กล่าวว่า จากการสำรวจท้องตลาด พบว่า ภาชนะที่สามารถย่อยสลายได้มีราคาที่สูงกว่ากล่องโฟม 1-1.50 บาท ส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิตของผู้ประกอบการซึ่งต้องขายอาหารในราคาเท่าเดิม ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค เนื่องจากอาจเป็นผู้รับภาระจ่ายค่าต้นทุนที่สูงขึ้นแทนผู้ประกอบการ ดังนั้นเมื่อต้นทุนการผลิตสูง ประกอบกับการแข่งขันทางการค้าที่น้อย ก็ส่งผลให้ราคาของกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมยังคงมีราคาสูง ไม่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภค เมื่อเปรียบเทียบกับราคาของกล่องโฟมทั่วไปที่มีราคาถูกกว่ากันหลายเท่าตัว และจากการศึกษาจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการร้านค้าแพ อาจต้องปรับราคาเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นหากมีต้นทุนของภาชนะทดแทนบรรจุภัณฑ์แก้วพลาสติก หลอดพลาสติกและถุงพลาสติกสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัญญา รักสงฆ์ และเยาวนุช รักสงฆ์ (2561) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านต้นทุนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมและกลไกการตั้งราคาขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในจังหวัดมหาสารคามและขอนแก่น โดยจะขึ้นราคาสุราขาวเมื่อต้นทุนสูงขึ้น

#### **ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการร้านค้าแพตต่อการลดและเลิกการใช้พลาสติก**

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าแม้ผู้ใช้บริการร้านค้าแพส่วนใหญ่ยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการลดและเลิกการใช้พลาสติก แต่เห็นว่าน่าจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มของตนเอง เนื่องจากไม่สะดวกในการพกพาแก้วส่วนตัวไปใช้ และไม่สะดวกหากต้องดื่มโดยไม่ใช้หลอดดูด หรือไม่มีถุงสำหรับหิ้ว หากทางร้านขายกาแพมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก และปรับขึ้นราคาเครื่องดื่ม ตนเองก็ยอมรับได้ในราคาที่ไม่สูงจนเกินไป หรือปรับตัวโดยบริโภคให้น้อยลงหรือการนำแก้วส่วนตัวและหลอดส่วนตัวมาใช้ สอดคล้องกับแผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ มูลนิธิเพื่อการพัฒนา นโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (2561) ที่กล่าวว่า ผลของการขึ้นภาษีทำให้การซื้อเครื่องดื่มรสหวานนั้นลดลงอย่างมีนัยสำคัญ



นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังเห็นว่าเป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในการบังคับแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยเริ่มจากการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพงษ์ ชำนาญ (2562) ที่กล่าวว่า การนำนโยบายการลดใช้ถุงพลาสติกไปสู่การปฏิบัติของประชาชนนั้น ภาครัฐจะต้องสนับสนุน ส่งเสริมการลดใช้ถุงพลาสติกอย่างจริงจัง รวมถึงกำหนดกลยุทธ์ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนในการลด และเลิกใช้ถุงพลาสติก โดยการดึงประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมในนโยบายของรัฐให้มากที่สุด

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ที่มาจากอิทธิพลของปัจจัยภายนอกคือ ปัจจัยทางจิตวิทยาอันเกิดจากการรับรู้และเรียนรู้ ปัจจัยสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นจากกระแสการอนุรักษ์ อิทธิพลจากสื่อ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน ให้ตระหนักถึงปัญหาขยะพลาสติกของประเทศไทย และชี้ให้เห็นความสำคัญในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งในสื่อทีวีและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำไปสู่พฤติกรรมลดและเลิกการใช้พลาสติกของประชาชน ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการร้านกาแฟ นอกจากอิทธิพลของดังกล่าวข้างต้นแล้ว ปัจจัยทางสังคมโดยเฉพาะจากกลุ่ม Secondary Social Factor ที่เป็นศิลปิน ดารา นักร้อง จะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ดังนั้น องค์กรอาจใช้กลุ่มดังกล่าวเพื่อเป็นสื่อในการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมในมาตรการดังกล่าว

2. จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการร้านกาแฟมีความเป็นกังวลกับต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่มีราคาสูง ดังนั้น องค์กรภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการวางแผนในการสนับสนุนบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติให้มีราคาถูก มีคุณภาพดีและสามารถหาซื้อได้ง่าย เพื่อสามารถนำมาทดแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก

3. จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการร้านกาแฟต้องการให้ภาครัฐมีการบังคับใช้ในลักษณะค่อยเป็นค่อยไปโดยเริ่มจากการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ ควบคู่ไปกับมาตรการสร้างแรงจูงใจ ภาครัฐสามารถใช้เครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมลดใช้หลอดพลาสติกภายในร้าน ได้แก่ การสร้างบรรทัดฐานทางสังคม (Norm), การสื่อสาร (Communication), การเตือนด้วยป้าย (Prompt) และการใช้ข้อความ (Message) รวมถึงการนำกลยุทธ์ไม่เสิร์ฟหลอดพร้อมเครื่องดื่มแต่มีหลอดเตรียมไว้ให้ หรือให้หลอดก็ต่อเมื่อลูกค้าร้องขอ นอกจากนี้ ภาครัฐยังสามารถใช้การสื่อสาร เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาการใช้พลาสติก ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้เป็นกลไกหนึ่งของการรวมตัวกันในการรณรงค์ทางด้านสิ่งแวดล้อมและผลักดันให้การรณรงค์เรื่องปัญหาจากขยะพลาสติก ประสบผลสำเร็จ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในอนาคตควรมีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอื่นที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์จากพลาสติก (แก้วพลาสติก หลอดพลาสติก หลอดพลาสติก) เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว ฯลฯ เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมพฤติกรรมกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรมควบคุมมลพิษ. (2562). รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.pcd.go.th>
- กรมควบคุมมลพิษ. (2563). **สรุปสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย ปี 2562**. กรุงเทพฯ: สโตร์ ครีเอทีฟเฮ้าส์.
- กรมควบคุมมลพิษ. (ม.ป.ป.). (ร่าง) Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 (Thailand's Roadmap on Plastic Waste Management 2013-2030). กรุงเทพฯ: กรมควบคุมมลพิษ.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). **เก็บขยะให้เป็น'แบบ New Normal ช่วยเรา ช่วยโลก**. เข้าถึงเมื่อ 7 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/888883>
- กิตติศักดิ์ อินทรสาร. (2557). "ปัจจัยสังคม วัฒนธรรม และจิตวิทยาที่ส่งผลกระทบต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาขยะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร." การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยกรุงเทพ,
- กุลธิดา พานิชกุล และอดิพร สำราญบัว. (2556). "การประยุกต์ใช้โมเดลการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (Transtheoretical Model) เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการออกกำลังกาย." **วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมา**, 19, 1: 66-76.
- กุลวรรณ วิทยาวงศ์รุจิ. (ม.ป.ป.). **บทที่ 4 การรับรู้ (Perception)**. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://blog.bru.ac.th/wp-content/uploads/bp-attachments/29418/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-4-E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89.pdf>
- จริยา ศรีจรูญ. (2559). "การรับรู้การเลือกใช้บริการจุกภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร." **SOUTHAST BANGKOK JOURNAL**, 2, 2: 16-33.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2548). **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เนท.
- ชิตชนก ทองไทย. (2556). "การรับรู้และทัศนคติที่ผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมอาเซียนของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ." สารนิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

- ชูลีพร หิตอักษร รุ่งนภา จันทรา อัครณี วันชัย และจิริยา อินทนา. (2560). "การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การออกกำลังกาย:การประยุกต์ทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม." **วารสารการพยาบาลและการดูแลสุขภาพ**, 35, 4: 26-34.
- ชูชัย สมितिไกร. (2556). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติวรรณ เรื่องสัมพันธ์. (ม.ป.ป.). **เพื่อนและสังคม**. เข้าถึงเมื่อ 13 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/30800thitiwan/home/page2>
- ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์. (2554). **แนวทางการกำกับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี**. กรุงเทพฯ. ฌัฎฐา อ๋อมานะชัย. (2556). **ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์กับพลังการบอกต่อ**. เข้าถึงได้จาก [http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal)
- ณัฐปภัสร ศิริบุญญะพัฒน์. (2553). "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในศูนย์การค้าพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต." การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงเดือน พันธมนาวิน. (2541). "รูปแบบปฏิสัมพันธ์นิยม (Interactionism model) เพื่อการวิจัยสาเหตุของพฤติกรรมและการพัฒนาพฤติกรรมมนุษย์." **วารสารทันตภิบาล**, 10, 2: 105-108.
- เดชา ศิริเจริญ. (2555). "เด็กกับอิทธิพลของครอบครัว Children and Influence of Family." **วารสารนิติศาสตร์**, 3: 12-17.
- ทรงพล ภูมิพัฒน์. (2540). **จิตวิทยาทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอสอาร์ปรีนติ้ง.
- ธนพัทธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์. (2559). "ปัจจัยภายในบุคคลและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร." ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธัญญา ธีระกนิษฐ์. (2555). **พฤติกรรมมนุษย์เพื่อการพัฒนาตน**. อุดรธานี: สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- นพวรรณ กาญจนะวรรณ. (2540). "การศึกษารูปแบบการบังคับบัญชาตามการรับรู้และความต้องการของผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา : ศึกษาเฉพาะกรณีการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (ศิลปศาสตร์) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นาตยา กุโน ภัทรพร อุดมทรัพย์ และวรางคณา ต้นขสันติสกุล. (2563). "การรับรู้ข่าวสารและทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ถุงพลาสติกของประชากรในจังหวัดสงขลา." **วารสารสิ่งแวดล้อม**, 24, 2: 1-9.
- บรรยงค์ โตจินดา. (2543). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

- บุรฉัตร จันท์แดง เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และสัญญา เคนาภูมิ. (2562). "ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม." *วารสารวิชาการธรรมทัศน์*, 19, 2: 235-244.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). "เศรษฐกิจ-การเมือง" ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ. เข้าถึงเมื่อ 14 เมษายน. เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/columns/news-513456>
- ปราณี รามสูต. (2542). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- แผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ มูลนิธิเพื่อพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ. (2561). *รายงาน ผลกระทบจากการขึ้นราคาต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มรสหวาน: การคาดการณ์ของผู้บริโภค*. นนทบุรี: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- เพชรลดา เกียรติมงคลกุล. (2560). "มาตรการทางกฎหมายในการลดปริมาณการผลิตและการใช้กล่องโฟม เพื่อเป็นบรรทัดฐานสำหรับอาหาร." *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขากฎหมายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ภัสสรนันท์ อเนกธรรมกุล. (2553). "ผลกระทบจากการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าหลากหลายตราสินค้าในงานโฆษณา." *การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- ลักขณา สริวัฒน์. (2544). *จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วชิร คุณทวีเทพ และณัฐวุฒิ คุ้มฉนวนเจริญชัย. (2562). "การเข้าถึงนโยบายและมาตรการรัฐบาลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย." *วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 20, 1: 124-136.
- วรา เหลืองชัยกุล. (2556). "กระบวนการเรียนรู้ทางสังคมที่นำไปสู่การมีเพศสัมพันธ์ ก่อนสมรส : กรณีศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี." *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- วิภาพร มาพบสุข. (2546). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- ศรัญญา รักสงฆ์ และเยาวนุช รักสงฆ์. (2561). "พฤติกรรมและกลไกการตั้งราคาขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในจังหวัดมหาสารคามและขอนแก่น." *รายงานฉบับสมบูรณ์ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)* กรุงเทพฯ ฯ.
- ศักดิ์นา ฉัตรกุล ณ อยุธยา. (2562). *สถานการณ์ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง แรงงาน และขบวนการเคลื่อนไหวปี 2562*. เข้าถึงเมื่อ 14 เมษายน. เข้าถึงได้จาก <https://voicelabour.org>



- ศุภาศิริ การิกาญจน์. (2541). **บทบาทของพ่อแม่ในการสอนเพศศึกษาแก่ลูกสาววัยรุ่น** ในเขต กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในสหรัฐฯ. (2563). **ธุรกิจอาหารหลังยุค COVID-19 ตอนที่ 2/2: New Normal ของผู้ประกอบการ**. เข้าถึงเมื่อ 13 เมษายน. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaibicusa.com/2020/05/27/newnormal2/>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). **การเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟ**. เข้าถึงเมื่อ 26 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.vppcoffee.com/knowledge/coffee-business-growth/>
- สถาบันอาหาร. (2558). **ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย**. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=78>
- สมพงษ์ ชำนาญ. (2562). **การประเมินผลการดำเนินนโยบาย “ทำดีด้วยหัวใจ ลดรับลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก” ของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม**. เข้าถึงเมื่อ 8 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก [http://www.mpm.ru.ac.th/Documents/Article\\_MPM\\_18/25.pdf](http://www.mpm.ru.ac.th/Documents/Article_MPM_18/25.pdf)
- สรารุช พุฒนวล. (2562). "แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดระนอง." รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม. (2542). **นโยบายและแผนในการพัฒนาสถาบันครอบครัว**. เข้าถึงเมื่อ 13 มกราคม. เข้าถึงได้จาก [http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER5/DRAWER087/GENERAL/DATA\\_0000/00000057.PDF](http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER5/DRAWER087/GENERAL/DATA_0000/00000057.PDF)
- สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2559). **Nakhonpathom & In History Travel**. นครปฐม: สำนักพิมพ์เพชรเกษมพรินต์ติ้ง กรุ๊ป จำกัด.
- สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2562). **แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) รอบปี พ.ศ. 2562**. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม. เข้าถึงได้จาก [http://www.nakhonpathom.go.th/news\\_develop\\_plan](http://www.nakhonpathom.go.th/news_develop_plan)
- สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแพร่. (2561). **จังหวัดแพร่เตรียมจัดกิจกรรมทำความดีด้วยหัวใจ ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก**. เข้าถึงเมื่อ 13 เมษายน. เข้าถึงได้จาก [https://thainews.prd.go.th/th/website\\_th/news/news\\_detail/TNSOC6107190010100](https://thainews.prd.go.th/th/website_th/news/news_detail/TNSOC6107190010100)
- สำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ. (2556). **วัยรุ่นไทยเลียนแบบดารา"ค่านิยมที่สังคมต้องตั้งคำถาม!**. เข้าถึงเมื่อ 13 มกราคม. เข้าถึงได้จาก [https://www.hiso.or.th/hiso5/healthy/news.php?names=19&news\\_id=3277](https://www.hiso.or.th/hiso5/healthy/news.php?names=19&news_id=3277)

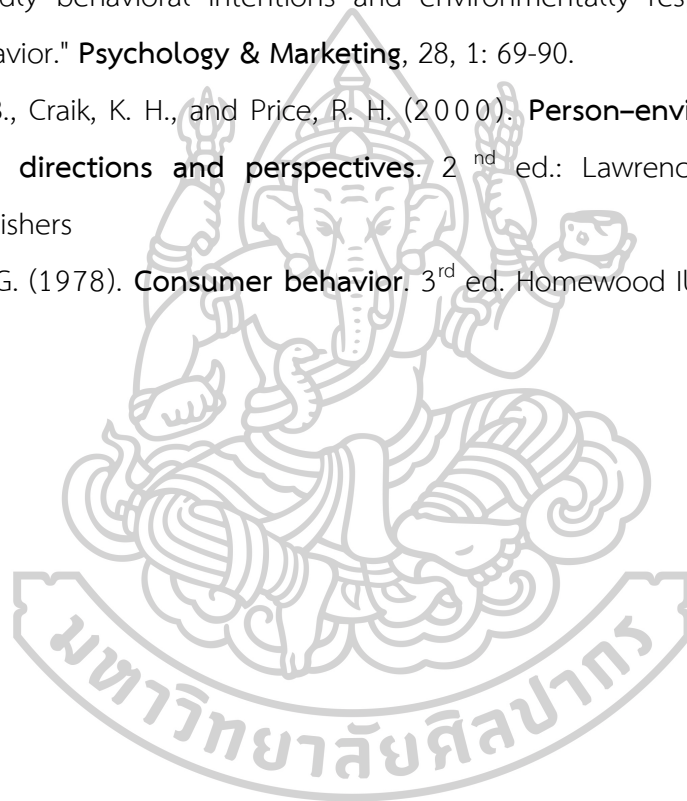


- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย. (2562). **สถิติประชากร**. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/home.php>
- อรุณีย์ โรจนไพบุลย์. (2561). พฤติกรรมมนุษย์ : ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยา. ใน **เอกสารประกอบการสอน รายวิชาพฤติกรรมมนุษย์เพื่อการพัฒนาตน: ศูนย์การศึกษาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**.
- อิสริยะ ไพรีพายฤทธิ. (2558). **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจการเมืองของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย**. เข้าถึงได้จาก <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/thailand/10134.pdf>

### ภาษาอังกฤษ

- Ajzen, I. (2002). "Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior." **Journal of Applied Social Psychology**, 32, 4: 665–683.
- Bandura, A. (1977). **Social learning theory: A social cognitive theory**. New Jersey: Prentice – Hall.
- Bloom, B. S. (1975). **Taxonomy of Education**. New York: David McKay Company Inc.
- Bronfenrenner (cite by Sigelman and Shaffer). (1995). **Do we have our investment in children's services the wrong way pround? Great Kids, Better Citizens. Belief, attitude, intention and behavior: An Introduction to theory and research**. Don Mills: OntarioLAddision-Wesley Pub., Co.
- Chan, K., Ng, Y. L., and Luk, E. K. (2013). "Impact of celebrity endorsement in advertising on brand image among Chinese adolescents." **Young Consumer**, 14, 2: 167-179.
- Endler, N. S., and Magnusson, D. (1976). **Interactional psychology and personality**. New York: HalstedWiley.
- Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975). **Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research** Reading, MA: Addison-Wesley.
- Jitpitak, C. (1982). **Behavioral sciences**. Bangkok: mass media.
- Klapper, J. T. (1960). **Effects of mass communication**. New York: Free Press.
- Muda, M., Musa, R., and Putit, L. (2011). **Celebrity Endorsement in Advertising**.

- Stern, P. C. (2000). "New environmental theories: toward a coherent theory of Environmentally significant behavior." **Journal of Social Issues**, 56, 3: 407-424.
- Suwannachot, T. (1984). **Social Science**. Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Tett, R. P., and Burnett, D. D. (2003). "A personality trait-based interactionist model of job performance." **Journal of Applied Psychology**, 88, 3: 500–517.
- Urien, B., and Kilbourne, W. (2011). "Generativity and self-enhancement values in eco-friendly behavioral intentions and environmentally responsible consumption behavior." **Psychology & Marketing**, 28, 1: 69-90.
- Walsh, W. B., Craik, K. H., and Price, R. H. (2000). **Person–environment psychology: New directions and perspectives**. 2<sup>nd</sup> ed.: Lawrence Erlbaum Associates Publishers
- Walters, C. G. (1978). **Consumer behavior**. 3<sup>rd</sup> ed. Homewood Illinois: Richard D. Irwin, Inc.





ภาคผนวก



การศึกษาเรื่อง “การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ให้บริการ ร้านกาแฟต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573” ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 50 คน แบ่งออกเป็น ผู้ประกอบการร้านกาแฟ จำนวน 25 คน และผู้ให้บริการร้านกาแฟ จำนวน 25 คน รายละเอียด ดังนี้

ผู้ประกอบการร้านกาแฟ				
ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	เพศ	อายุ (ปี)	ตำบล
1	ก	หญิง	37	สนามจันทร์
2	ข	ชาย	38	สนามจันทร์
3	ค	หญิง	24	สนามจันทร์
4	ง	ชาย	43	สนามจันทร์
5	จ	หญิง	36	สนามจันทร์
6	ฉ	หญิง	40	พระปฐมเจดีย์
7	ช	หญิง	40	พระปฐมเจดีย์
8	ซ	หญิง	33	พระปฐมเจดีย์
9	ฌ	ชาย	35	พระปฐมเจดีย์
10	ญ	ชาย	26	พระปฐมเจดีย์
11	ฎ	หญิง	40	บางแพ
12	ฏ	หญิง	43	บางแพ
13	ฐ	หญิง	49	บางแพ
14	ฑ	หญิง	50	บางแพ
15	ฒ	ชาย	28	บางแพ
16	ณ	ชาย	50	ลำพญา
17	ด	ชาย	40	ลำพญา
18	ต	หญิง	65	ลำพญา
19	ถ	หญิง	75	ลำพญา
20	ท	หญิง	27	ลำพญา
21	ธ	ชาย	40	วังตะกู่
22	น	ชาย	25	วังตะกู่
23	บ	ชาย	53	วังตะกู่
24	ป	หญิง	54	วังตะกู่
25	ผ	ชาย	40	วังตะกู่



ผู้ใช้บริการรานกาแฟ				
ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	เพศ	อายุ (ปี)	ตำบล
1	D	หญิง	24	ธุรกิจส่วนตัว
2	Z	ชาย	24	พนักงานทั่วไป
3	J	หญิง	24	ธุรกิจส่วนตัว
4	B	หญิง	24	นักศึกษา
5	M	ชาย	24	นักศึกษา
6	Y	หญิง	51	ธุรกิจส่วนตัว
7	O	หญิง	23	ธุรกิจส่วนตัว
8	R	ชาย	59	ธุรกิจส่วนตัว
9	U	หญิง	58	ข้าราชการ
10	P	หญิง	24	พนักงานทั่วไป
11	T	หญิง	26	พนักงานทั่วไป
12	K	ชาย	22	นักศึกษา
13	Q	ชาย	22	นักศึกษา
14	A	หญิง	44	ข้าราชการ
15	N	หญิง	55	ข้าราชการ
16	F	หญิง	24	พนักงานทั่วไป
17	C	หญิง	32	พนักงานทั่วไป
18	L	ชาย	33	พนักงานทั่วไป
19	X	ชาย	28	ข้าราชการ
20	I	หญิง	27	ข้าราชการ
21	S	หญิง	45	ข้าราชการ
22	E	ชาย	28	พนักงานทั่วไป
23	W	ชาย	56	ธุรกิจส่วนตัว
24	H	ชาย	56	ข้าราชการ
25	G	หญิง	49	ธุรกิจส่วนตัว



ภาคผนวก ข  
ประเด็นคำถามแบบสัมภาษณ์

### แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการศึกษา

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการศึกษา เรื่อง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ให้บริการร้านกาแฟต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 แบ่งออกเป็น ชุดคำถามดังนี้

1. แนวคำถามชุดที่ 1 สำหรับผู้ประกอบการร้านกาแฟในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
2. แนวคำถามชุดที่ 2 สำหรับผู้ให้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม





## แนวคำถามชุดที่ 1

### สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าแพในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านค้าแพและผู้ให้บริการร้านค้าแพต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ของ นางสาวภัทรมณฑา เรืองศรี นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสมบัติของผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง คือ ผู้ประกอบการร้านค้าแพ ที่เปิดให้บริการในพื้นที่ ตำบลสนามจันทร์ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลบางแขม ตำบลลำพญา และตำบลวังตะกั่ว ที่ดำเนินธุรกิจร้านค้าแพ มาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี เพื่อเป็นตัวแทนของลักษณะร้านค้าแพในเขตเมือง (urban) ไม่มีลักษณะเป็นเฟรนไชส์ ราคาขายเครื่องดื่มอยู่ที่แก้วละ 30-45 บาท และเป็นผู้ที่ยินดีในการให้ข้อมูลโดยไม่มีการบังคับ ทั้งนี้เพื่อเป็นการคำนึงถึงการพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล จะไม่มีการเปิดเผยชื่อสกุลจริง โดยจะขออนุญาตถ่ายภาพหรือการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์เพื่อนำไปประมวลผล และการนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์จะเป็นภาพรวมไม่มีระบุเป็นรายบุคคล

\*\*\*\*\*

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ (ปี)
- 1.3 ระยะเวลาการประกอบกิจการ (ปี)
- 1.4 ลักษณะการประกอบธุรกิจร้านค้าแพของท่านเป็นลักษณะใด (เจ้าของกิจการรายเดียว/ กิจการของครอบครัว/หุ้นกับเพื่อน/หุ้นส่วนของครอบครัว/อื่น ๆ)

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าแพ

1. ที่ตั้งร้านของท่านอยู่ในพื้นที่ลักษณะใด (ใจกลางเมือง/ย่านการค้า/ย่านธุรกิจ/สถานที่ราชการ/สถานศึกษา/ย่านบันเทิง)
2. ลักษณะของกลุ่มลูกค้าของท่านเป็นกลุ่มใด (นักธุรกิจ/นักเรียนนักศึกษา/พนักงานทั่วไป/ข้าราชการ/นักท่องเที่ยว)

3. ลักษณะการมาซื้อเครื่องดื่มของลูกค้า เป็นอย่างไร (นำแก้วมาเอง/ไม่ได้นำแก้วมาเอง, ซื้อมากลับบ้าน/นั่งกินที่ร้าน)
4. ปริมาณการขายต่อวัน (ประมาณกี่แก้ว)
5. ลักษณะวัสดุบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มของท่าน เช่น แก้วเครื่องดื่ม หลอดดูด ฝู่งใส่ของ เป็นอย่างไร (พลาสติก/กระดาษ/โลหะ/อื่นๆ)

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก

#### 1. ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก

##### การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการลดและเลิกการใช้พลาสติก

- 1) ท่านเคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ “นโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติก” ของภาครัฐหรือไม่ อย่างไร (หากทราบ ท่านทราบเกี่ยวกับเรื่องใด ท่านทราบจากสื่อใด)
- 2) จากข้อที่ (1) หากท่านไม่เคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ “นโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติก” ท่านต้องการทราบข้อมูลดังกล่าวหรือไม่ เรื่องใด ผ่านสื่อใดบ้าง

##### การมีความเชื่อและแนวคิดของตนเองในการลดและเลิกการใช้พลาสติก

- 1) โดยส่วนตัว ท่านใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (เช่น ฝู่งผ้า แก้วน้ำส่วนตัว หรืออื่นๆ) อยู่แล้วหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด และทางร้านมีการใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติหรือไม่ อย่างไร (เช่น แก้วย่อยสลายได้ หลอดกระดาษ ฝู่งกระดาษ)
- 2) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ “นโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติก” ที่ผ่านมาของภาครัฐ เช่น การงดแจกฝู่งพลาสติกเมื่อไปซื้อของยังร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ การยกเลิกใช้พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (cap seal) (ท่านเห็นด้วยหรือไม่ และคิดว่าได้ผลหรือไม่ อย่างไร)
- 3) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ “นโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติก” ในอนาคตอันใกล้นี้ เช่น การยกเลิกใช้กล่องโฟมบรรจุอาหาร แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก ฝู่งพลาสติกแบบบาง (ท่านเห็นด้วยหรือไม่ และคิดว่าได้ผลหรือไม่ อย่างไร)
- 4) หากมีการขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในการลดและเลิกใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก และฝู่งพลาสติก ท่านเห็นว่าสามารถช่วยแก้ปัญหาขยะพลาสติกของประเทศไทยได้หรือไม่ เพราะเหตุใด



## 2. ปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก

### Primary Social factor

1) บุคคลในครอบครัวท่าน (เช่น พ่อแม่ พี่ น้อง สามี ภรรยา ลูก ญาติ) มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ในร้านกาแฟ (แก้ว หลอดดูด และถุงพลาสติก) หรือไม่ อย่างไร

### Secondary Social factor

1) เพื่อนของท่าน มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ในร้านกาแฟ (แก้ว หลอดดูด และถุงพลาสติก) หรือไม่ อย่างไร

2) สังคมรอบข้างท่าน (เช่น เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน คนรู้จัก) มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ในร้านกาแฟ (แก้ว หลอดดูด และถุงพลาสติก) หรือไม่ อย่างไร

3) สื่อต่าง ๆ รอบตัวท่าน (เช่น สื่อทีวี สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ ดารา นักร้อง ศิลปิน) มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการลดและเลิกการใช้พลาสติก ในร้านกาแฟ (แก้ว หลอดดูด และถุงพลาสติก) หรือไม่ อย่างไร

4) จากกระแสนิยมและกระแสสังคมแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีผลทำให้ท่านต้องมีการปรับเปลี่ยนใช้รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับกระแสดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร

5) ท่านคิดว่าภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ อาทิเช่น มาตรการป้องกันและควบคุมโรคติดต่อโรคระบาด ดังเช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีผลทำให้การลดปริมาณการใช้แก้วพลาสติก ทำได้ค่อนข้างยาก หรือไม่ อย่างไร

## ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคต่อพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก

1) ท่านคิดว่าทางร้านของท่านสามารถปฏิบัติตาม/ไม่สามารถปฏิบัติตามนโยบายการลดและการเลิกใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติกและหลอดพลาสติกหรือไม่ อย่างไร

2) ท่านคิดว่าหากต้องมีการลดและเลิกใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติกและหลอดพลาสติก จะส่งผลกระทบต่อร้านของท่านหรือไม่อย่างไร (เช่น ผลกระทบด้านต้นทุน ความสวยงาม ความคงทน ความสะดวกสบาย ฯลฯ)

3) หากมีความจำเป็นจะต้องลดและเลิกใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติกและหลอดพลาสติก ท่านมีแนวทางการเตรียมความพร้อมอย่างไร (เช่น การหาสินค้าทดแทนพลาสติก การปรับขึ้นราคา อื่น ๆ)

4) ท่านมีข้อเสนอแนะต่อนโยบายการลดและเลิกใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติกและ หลอดพลาสติก อย่างไร



## แนวคำถามชุดที่ 2

### สำหรับผู้ใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการร้านกาแฟและผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อนโยบายลดขยะพลาสติกตามโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ของ นางสาวภัทรมณท์ เรืองศรี นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสมบัติของผู้ให้ข้อมูล คือ ลูกค้ายูมาใช้บริการร้านกาแฟ ที่มีอายุไม่น้อยกว่า 18 ปี เนื่องจากมีศักยภาพในการโต้ตอบเพื่อให้ข้อมูล และเป็นผู้ที่ยินดีในการให้ข้อมูลโดยไม่มีการบังคับ ทั้งนี้เพื่อเป็นการคำนึงถึงการพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล จะไม่มีการเปิดเผยชื่อสกุลจริง โดยจะขออนุญาตถ่ายภาพหรือการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์เพื่อนำไปประมวลผลและการนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์จะเป็นภาพรวมไม่มีระบุเป็นรายบุคคล

\*\*\*\*\*

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการซื้อขายเครื่องดื่ม

- 1.1 อายุ (ปี)
- 1.2 อาชีพ (นักธุรกิจ/นักเรียนนักศึกษา/พนักงานทั่วไป/ข้าราชการ/อื่น ๆ)
- 1.3 ลักษณะการซื้อเครื่องดื่ม ของท่านเป็นอย่างไร (นำแก้วมาเอง/ไม่ได้นำแก้วมาเอง, ซื้อมากลับบ้าน/นั่งกินที่ร้าน)
- 1.4 ความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มของท่านต่อสัปดาห์ (ครั้ง)
- 1.5 จำนวนการบริโภคเครื่องดื่มของท่านต่อสัปดาห์ (แก้ว)
- 1.6 ลักษณะบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มจากร้านที่ท่านซื้อเป็นอย่างไร (เช่น แก้วเครื่องดื่ม หลอดดูด ฝาใส่ของพลาสติก กระดาษ โลหะ อื่น ๆ)

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก

### 1. ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก

#### การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการลดและเลิกการใช้พลาสติก

1) ท่านเคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ “นโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติก” ของภาครัฐหรือไม่ อย่างไร (หากทราบ ทราบเรื่องใด จากสื่อใด)

2) จากข้อที่ (1) หากท่านไม่เคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ “นโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติก” ท่านต้องการทราบข้อมูลดังกล่าวหรือไม่ ผ่านสื่อใดบ้าง เพราะเหตุใด

#### การมีความเชื่อและแนวคิดของตนเองในการลดและเลิกการใช้พลาสติก

1) ท่านจะปฏิเสธการรับแก้วพลาสติก หรือ งดการรับถุงพลาสติกจากร้าน หรือไม่ เพราะเหตุใด

2) ท่านจะไปซื้อเครื่องดื่มจากร้านที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ (เช่น ถูกระดาษ หลอดกระดาษ แก้วกระดาษ) หรือร้านใดก็ได้ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน

3) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ “นโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติก” ที่ผ่านมาของภาครัฐ เช่น การงดแจกถุงพลาสติกเมื่อไปซื้อของยังร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ การยกเลิกใช้พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (cap seal) (ท่านเห็นด้วยหรือไม่ และคิดว่าได้ผลหรือไม่ อย่างไร)

4) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ “นโยบายการรณรงค์ลดและเลิกการใช้พลาสติก” ในอนาคตอันใกล้นี้ เช่น การยกเลิกใช้เล็กล่องโฟมบรรจุอาหาร แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก ถูพลาสติกแบบบาง (ท่านเห็นด้วยหรือไม่ และคิดว่าได้ผลหรือไม่ อย่างไร)

#### ปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมการลดและเลิกการใช้พลาสติก

##### Primary Social factor

1) บุคคลในครอบครัวท่าน (เช่น พ่อแม่ พี่ น้อง สามี ภรรยา ลูก ญาติ ๆ) มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการลดและเลิกการใช้พลาสติก หรือไม่อย่างไร

##### Secondary Social factor

1) เพื่อนของท่าน มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการลดและเลิกการใช้พลาสติก หรือไม่อย่างไร

2) สังคมรอบข้างท่าน (เช่น เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน คนรู้จัก) มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการลดและเลิกการใช้พลาสติกหรือไม่ อย่างไร

3) สื่อต่าง ๆ รอบตัวท่าน (เช่น สื่อทีวี สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ ดารา นักร้อง ศิลปิน) มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการลดและเลิกการใช้พลาสติกหรือไม่ อย่างไร

4) จากกระแสนิยมและกระแสสังคมแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีผลทำให้ท่านมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการลดและเลิกการใช้พลาสติกหรือไม่อย่างไร

5) ท่านคิดว่าภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ อาทิเช่น มาตรการป้องกันและควบคุมโรคติดต่อโรคระบาด ดังเช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีผลทำให้ท่านตัดสินใจใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เนื่องจากมีความปลอดภัยมากกว่าการนำแก้วมาเองหรือไม่ อย่างไร

6) หากทางร้านมีการลดราคา ในกรณีที่นำแก้วมาเองหรือนำถุงผ้ามาเอง มีผลในการตัดสินใจของท่านในการลดและเลิกการใช้พลาสติกหรือไม่ อย่างไร

### ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อพฤติกรรมลดและเลิกการใช้พลาสติก

1) หากทางร้านกาแฟ/ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม จำเป็นต้องเลิกการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติกและหลอดพลาสติก จะส่งผลกระทบต่อการบริโภคเครื่องดื่มของท่านหรือไม่ อย่างไร

2) จากข้อ (1) ท่านจะมีวิธีการรับมือ หรือการปรับตัว อย่างไร

3) หากทางร้านกาแฟ/ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบแก้วเครื่องดื่มโดยใช้วัสดุอื่นทดแทนแก้วพลาสติก การปรับราคา ท่านเห็นด้วยหรือไม่ อย่างไร

4) หากมีการขอความร่วมมือจากท่านในฐานะผู้บริโภค ในการลดและเลิกการใช้แก้วเครื่องดื่มพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หลอดพลาสติก และถุงพลาสติก ท่านยินดีให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามหรือไม่ เพราะเหตุใด และท่านเห็นว่าวิธีการดังกล่าวจะสามารถช่วยแก้ปัญหาขยะพลาสติกของประเทศไทยได้หรือไม่ เพราะเหตุใด

5) ท่านมีข้อเสนอแนะต่อนโยบายการลดและเลิกการใช้แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ถุงพลาสติก และหลอดพลาสติกหรือไม่ อย่างไร

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ภัทรมณฑท์ เรืองศรี
วัน เดือน ปี เกิด	7 สิงหาคม 2539
สถานที่เกิด	นครปฐม
วุฒิการศึกษา	ปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	138ถ.จันทรคามพิทักษ์ ต.สนามจันทร์ อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

