

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Factors Related to Green Consumption Behavior of
Kasetsart University Students

โกวิท นามมณฑา* นฤมล ศรารพันธ์** และสุวิมล อุไกรษา**

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

** ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Govit Nammontha*, Narumon Saratapan** and Suwimon Aukraisa**

* Corresponding Author, Department of Vocational Education, Faculty of Education, Kasetsart University

** Department of Vocational Education, Faculty of Education Kasetsart University

Received: July 3, 2023 / Revised: August 12, 2023 / Accepted: August 14, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 391 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random-Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามโปรแกรมสำเร็จรูป Google Form ที่มีค่าความเชื่อมั่น .96 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

ผลการศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว พบว่า 1) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวในระดับต่ำมาก ($r = .14$, $r = .15$) 2) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวในระดับปานกลาง ($r = .41$) 3) สถานการณ์ที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียวของนิสิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวระดับต่ำ ($r = .23$) กลุ่มอ้างอิง ได้แก่ เพื่อนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว ด้านการเลือกผลิตภัณฑ์สีเขียว และการซ่อมแซม ญาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวด้านการลดของเสีย และผู้มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวด้านการเลือกผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การบริโภคสีเขียว พฤติกรรมการบริโภคสีเขียว

Abstract

This research was intended to investigate the factors related to green consumption behavior of Kasetsart University students. The samples were 391 undergraduate students of Kasetsart University from proportional stratified random sampling method. A questionnaire with a reliability value of 0.96 was used. Percentage, mean Pearson's product moment correlation coefficient and Chi-Square Test were used as statistical tool.

The study of factors related to green consumption behavior found that 1) knowledge of green product consumption, environmental responsibility perception was very low positively correlated with green consumption behavior ($r = .14$, $r = .15$). Information of perception towards green consumption was positively correlated with green consumption behavior at a moderate level ($r = .41$). Situations conducive to green consumption of students had a positive correlation with low-level green consumption behavior ($r = .23$). The reference group, including friends, was associated with the selection of green products and repairs. The students' relatives were associated with green consumption behavior in terms of waste reduction, and celebrities had a correlation with green consumption behavior in term of product selection.

Keywords: green consumption, green consumption behavior

บทนำ

การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย จากอดีตถึงปัจจุบันในทุกยุคสมัยนั้นเป็นสังคมเกษตรกรรม ผลิตพืชผลทางการเกษตรส่งออกขายทำรายได้ให้กับประเทศเป็นส่วนใหญ่ จากการผลิตขนาดเล็กและถูกพัฒนาเป็นสังคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มุ่งเน้นผลกำไร สังคมการค้าขายเปลี่ยนแปลงไปจากการรับอิทธิพลทางชาติตะวันตก ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภคถูกปรับเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน (Office of the National Economics and Social Development Council, 2010) ทั้งนี้การเลือกบริโภคสิ่งของทางด้านวัตถุ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองส่วนหนึ่งเกิดจากการรับวัฒนธรรมจากชาติตะวันตกที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคขาดภูมิคุ้มกันในการเลือกบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การเลือกบริโภคอาหาร การเลือกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การเลือกใช้เทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดความฟุ่มเฟือย จากวัตถุนิยมเป็นผู้บริโภคนิยม (Consumerism) พฤติกรรมการบริโภคดังกล่าวจึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อทางด้านสิ่งแวดล้อมตามมา (Konphatphonsakul, 2016) การเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ด้วยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงกระบวนการผลิตไปจนถึงหลังการใช้งานหรือเรียกว่า “ผู้บริโภคสีเขียว” ตามหลักการ 4R ได้แก่ Reduce, Reuse, Recycle และ Repair (Thai Health Promotion Foundation, 2013) ผู้บริโภคสีเขียวไม่เพียงแต่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ยังต้องคำนึงถึงการขนส่งที่อาจต้องใช้เชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากการใช้น้ำมันเปลี่ยนเป็นการใช้แก๊สธรรมชาติหรือหากผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ในระยะทางที่ไกล อาจเปลี่ยนเป็นการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตและยังทำให้ไม่สิ้นเปลืองในเรื่องของตัวเอกสารใบสลิปต่าง ๆ (Mahidol Channel, 2016) ซึ่งผลการศึกษาของ Wantamel (2018) พบว่าพฤติกรรมการบริโภคอย่างยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อมในกลุ่มเยาวชนอยู่ในเกณฑ์ที่น่าเป็นห่วง ซึ่งแนวทางหนึ่งของสถาบันการศึกษาคือการกำหนดเป็นนโยบายของสถานศึกษาที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ดังเช่น นโยบายเชิงรุกเพื่อนำไปสู่มหาวิทยาลัยสีเขียว ให้มีความสอดคล้องกับธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามแผนแม่บทของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน 2560-2565 (Sunakorn, et al. n.d.) ซึ่งมีตัวชี้วัดในการจัดลำดับมหาวิทยาลัยสีเขียวที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิต เช่น 1) การบริหารจัดการของเสียในมหาวิทยาลัยกลับมาใช้ใหม่ โครงการลดการใช้กระดาษและพลาสติกในวิทยาเขต 2) การลดการใช้พลังงาน และ 3) สัดส่วนของรายวิชาที่เกี่ยวกับความยั่งยืนต่อจำนวนรายวิชาทั้งหมด จำนวนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน เป็นต้น (UI GreenMetric Secretariat, 2020)

จากการกำหนดตัวชี้วัดของการจัดลำดับมหาวิทยาลัยสีเขียว ที่ส่งผลต่อการมีพฤติกรรมบริโภคสีเขียวของบุคลากร และนิสิตนักศึกษา ซึ่ง Meechinda (2010) ระบุว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่มีปัจจัยช่วยในการตัดสินใจประกอบไปด้วย 1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยด้านจิตวิทยา 2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี 3) ปัจจัยเฉพาะบุคคลหรือปัจจัยส่วนตัว 4) ปัจจัยด้านสถานการณ์ 5) ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยด้านวัฒนธรรม และ 6) สิ่งกระตุ้นภายนอก ซึ่งในปี 2564 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวลำดับที่ 1 ของประเทศไทย และลำดับที่ 45 ของโลก (Kasetsart University, 2021) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นโยชน์ต่อการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิต และการยกลำดับมหาวิทยาลัยสีเขียวในระดับโลก ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่านิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวในระดับใด และมีปัจจัยอะไรบ้างที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียว ซึ่งผลการวิจัยนอกจากจะเป็นข้อมูลให้กับ คณาจารย์ นักวิชาการศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์แล้ว มหาวิทยาลัยแห่งอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการจัดกิจกรรมให้แก่นิสิตเพื่อยกระดับการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร เป็นการศึกษาเฉพาะนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2564

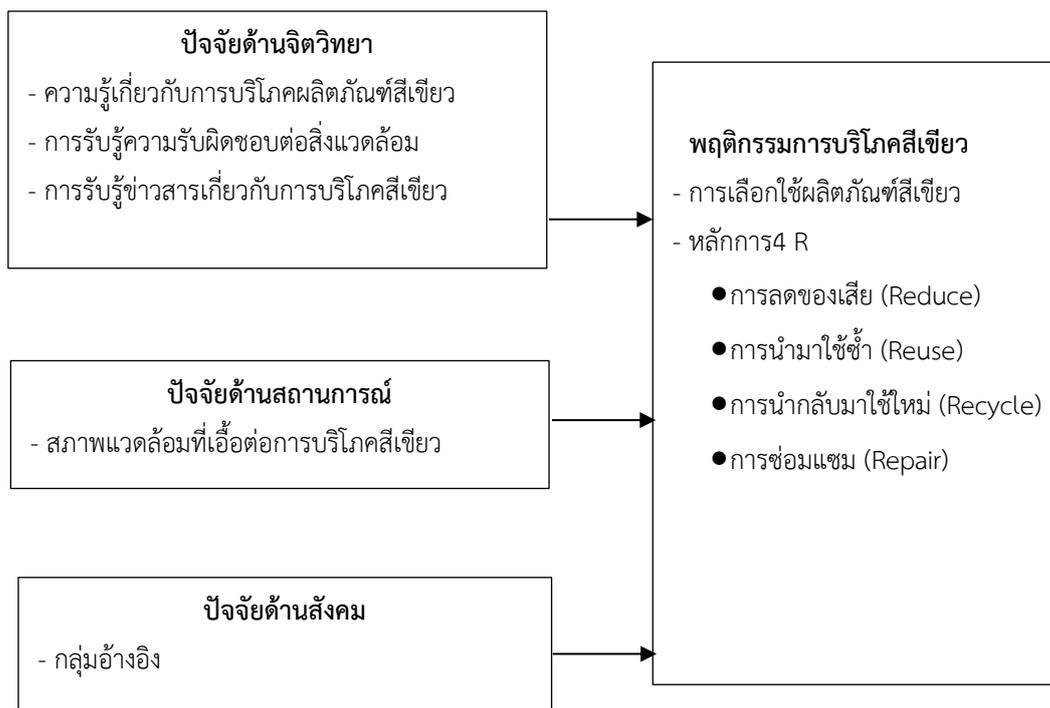
ขอบเขตของเนื้อหา

1. ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวในด้านการเลือกผลิตภัณฑ์และตามหลักการ 4R คือ Reduce, Reuse, Recycle และ Repair
2. ศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยสถานการณ์ และปัจจัยด้านสังคม

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ การหาซื้อได้ง่าย ราคา สถานที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีเขียว สภาพแวดล้อมทางกายภาพต่าง ๆ ทั้งบริเวณที่พักอาศัยและในสถานศึกษาที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กรอบแนวคิดการวิจัย



นิยามศัพท์

พฤติกรรมการบริโภคสีเขียว หมายถึง ระดับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวและแนวทางในการบริโภคสีเขียวตามหลัก 4R ในระดับเป็นประจำ บ่อยครั้ง นาน ๆ ครั้ง และไม่ปฏิบัติเลย

ผลิตภัณฑ์สีเขียว หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิตขึ้นทั้งวงจรของกระบวนการผลิต โดยมีแนวคิดและกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงการอนุรักษ์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สุขภาพ ความปลอดภัย และผลกระทบต่อวงจร

หลักการ 4 R หมายถึง แนวทางในการบริโภคสีเขียว ได้แก่ 1) การลดของเสีย (Reduce) 2) การนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) 3) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และ 4) การซ่อมบำรุงหรือแก้ไข (Repair)

ปัจจัยด้านจิตวิทยา หมายถึง ความรู้ และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียว และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยสถานการณ์ หมายถึง สถานการณ์ที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียว ได้แก่ การหาซื้อได้ง่าย ราคา ระบบการจัดการขยะอย่างครบวงจร สถานที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีเขียว และสภาพแวดล้อมทางกายภาพต่าง ๆ ทั้งบริเวณที่พักอาศัยและในสถานศึกษาที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียว

ปัจจัยทางด้านสังคม หมายถึง พฤติกรรมในตัวบุคคลที่เกิดขึ้นจาก 1) ครอบครัว ได้แก่ บิดามารดา และญาติพี่น้อง 2) กลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครู/อาจารย์ ผู้มีชื่อเสียงทางสังคม ที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากร คือ นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน ปีการศึกษา 2564 จำนวน 20,396 คน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 391 คน ซึ่งถือว่ามีความเพียงพอที่จะเป็นตัวแทนประชากร (Yamane, 1973 Cited Rathachatrannon, 2019) ระบุจำนวนต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่า 391 คน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการสุ่มประชากรแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) มีค่าความเชื่อมั่น .96 แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ข้อคำถาม แบบปลายเปิด (Open End) ได้แก่ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ได้แก่ เพศ อาชีพบิดามารดา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว รายได้เฉลี่ยของนิสิต ระดับการศึกษาของบิดามารดา คณะที่เรียน แหล่งข้อมูลที่นิสิตได้รับรู้เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียว สถานที่จำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สีเขียวที่นิสิตพบ การชักจูงในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สีเขียว

ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว ข้อคำถามเป็นแบบสอบถามปรนัยแบบถูก-ผิดมี 2 ตัวเลือก คือ ใช่ และไม่ใช่ จำนวน 18 ข้อ ที่ครอบคลุมประเด็นความหมายของผู้บริโภคสีเขียว ผลิตภัณฑ์สีเขียว แนวทางการบริโภคสีเขียวแบบสอบถามนี้ มีค่าความเชื่อมั่น .73

ตอนที่ 3 การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียว ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 11 ข้อ โดยแบ่งเป็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .85 และสถานการณ์ที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียว 7 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .79

ตอนที่ 4 การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 23 ข้อ มีความเชื่อมั่น .93

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสีเขียว ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 4 ระดับ คือ ปฏิบัติเป็นประจำ ปฏิบัติบ่อยครั้ง ปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง และไม่เคยปฏิบัติ จำนวน 53 ข้อ มีความเชื่อมั่น .97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลด้วย Google Form แบบสแกน QR Code จากนิสิตที่ลงเรียนวิชาพลศึกษาซึ่งเป็นวิชาบังคับที่ นิสิตทุกคณะต้องลงทะเบียนเรียนในรูปแบบออนไลน์ เนื่องจากอยู่ในช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโควิด 19 จึงเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ ได้แบบสอบถามตอบกลับจำนวน 391 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลพื้นฐานหรือปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ และ ร้อยละ

2. ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยจัดกลุ่ม คะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ 13 - 18 คะแนน หมายถึงมีความรู้ในระดับดี 7-12 คะแนน หมายถึง มีความรู้ในระดับ ปานกลาง และ 0 - 6 คะแนน หมายถึง มีความรู้ระดับต่ำ

3. การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สถานการณ์ที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียว และการรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน โดยเกณฑ์การแปลผลการวิเคราะห์ที่เป็นค่าเฉลี่ย คือ 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด 3.51 – 4.50 หมายถึงระดับมาก 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง และ 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

4. พฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ ระดับปฏิบัติเป็นประจำ 3 คะแนน ระดับปฏิบัติบ่อยครั้ง 2 คะแนน ระดับปฏิบัติ นาน ๆ ครั้ง 1 คะแนน และไม่เคยปฏิบัติ 0 คะแนน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกำหนดให้คะแนนพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว โดยการแปลผลวิเคราะห์ที่เป็นค่าเฉลี่ย คือ 2.26 – 3.00 หมายถึง มีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวเป็นประจำ 1.51 – 2.25 หมายถึง มีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวบ่อยครั้ง 0.76 – 1.50 หมายถึง มีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวนาน ๆ ครั้ง และ 0.00 – 0.75 หมายถึง ไม่มีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว การรับรู้ความ รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวและปัจจัยสถานการณ์ คือสภาพแวดล้อม ทางกายภาพหรือสถานการณ์ที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียว โดยการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ใช้เกณฑ์ของ Borg's Descriptors (Traimongkolkul & Chattraporn, 2012)

6. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ใช้ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม คือครอบครัว กลุ่มอ้างอิงกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

นิสิตเกือบสองในสาม (62.4%) เป็นนิสิตหญิง จำนวนมากกว่าหนึ่งในสามเล็กน้อย (34.5%) มีอายุ 19 ปี บิดาของนิสิตมากกว่าหนึ่งในห้าเล็กน้อย (21.7%) ประกอบอาชีพรับราชการ มารดาของนิสิตมากกว่าหนึ่งในสี่เล็กน้อย (28.4%) ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว นิสิตเกือบครึ่ง (49.4%) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท สถานที่ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์สีเขียวที่นิสิตพบคือห้างสรรพสินค้าร้อยละ 35 และนิสิตได้รับการชักจูงซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวจากเพื่อน ร้อยละ 31.5

ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว

นิสิตส่วนใหญ่ (79.5%) มีความรู้ในระดับดี รองลงมาร้อยละ 19.4 มีความรู้ระดับปานกลาง มีเพียงร้อยละ 1.1 มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวในระดับต่ำ โดยมีคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 14.42$) คะแนนต่ำสุด 5 คะแนน และคะแนนสูงสุด 18 คะแนน (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(n= 391)

ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความรู้ระดับดี (ช่วงคะแนนรวม 13.00-18.00 คะแนน)	311	79.5
ความรู้ระดับปานกลาง (ช่วงคะแนนรวม 7.00-12.00 คะแนน)	76	19.4
ความรู้ระดับต่ำ (ช่วงคะแนนรวม 0.00-6.00 คะแนน)	4	1.1
$\bar{x} = 14.42$ คะแนน		
Minimum = 5 คะแนน		
Maximum = 18 คะแนน		
รวม	391	100.0

ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวที่นิสิตตอบถูกร้อยละ 80.0 ขึ้นไป 3 ข้อแรก ได้แก่ การบริโภคสีเขียวมีส่วนช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม (93.9%) การเลือกของใช้ที่มีการใช้งานแบบซ้ำ ๆ และสามารถรีไซเคิลได้เป็นพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว (92.8%) ผลิตภัณฑ์สีเขียวคือผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงการประหยัดพลังงาน (92.6%) โดยมีเพียงประเด็นเดียวที่นิสิตไม่ถึงครึ่งตอบถูก คือ สุขภาพ ความปลอดภัย และเศรษฐกิจในชุมชน มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริโภคสีเขียว (42.5%)

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมนิสิตกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.46$) โดยมีการรับรู้ระดับมากที่สุด 2 ประเด็น คือ ทุก ๆ คนควรมีความรู้สึกรับผิดชอบต่อการป้องกันรักษาสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 4.73$) และการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นความรับผิดชอบของทุกคนไม่ใช่เพียงเป็นความรับผิดชอบของรัฐบาลหรือสถานศึกษา ($\bar{x} = 4.61$)

สถานการณ์ที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียว

สถานการณ์ที่เอื้อต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$) มีประเด็นเดียวคือ ผลผลิตภัณฑ์สีเขียวที่นิสิตต้องการมีราคาสูงเกินไปเมื่อเทียบกับกำลังในการซื้อที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$) สถานการณ์ที่เอื้อต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวระดับปานกลาง คือ ผลผลิตภัณฑ์สีเขียวหาซื้อได้ยาก ($\bar{x} = 3.46$) และในสถานศึกษาที่เรียนมีระบบการจัดการขยะอย่างครบวงจร ($\bar{x} = 3.45$) สถานศึกษามีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การเดินเท้ามากกว่าการเลือกใช้รถโดยสารส่วนตัวและส่วนรวม ($\bar{x} = 3.34$) ในสถานศึกษาของนิสิตมีการณรงค์การใช้จักรยาน ($\bar{x} = 3.33$)

การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียว

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียวของนิสิตในภาพรวมมีการรับรู้ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.42$) โดย 1) ด้านการเปิดรับข้อมูลการบริโภคสีเขียวมีเพียงข้อเดียว คือ สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารการบริโภคสีเขียวของนิสิตระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$) 2) ด้านการเลือกให้ความสนใจการบริโภคสีเขียวพบว่านิสิตมีการรับรู้การเลือกให้ความสนใจการบริโภคสีเขียวระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$) มี 3 ข้อ คือ เลือกเป็นผู้บริโภคสีเขียวตามข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือได้ ($\bar{x} = 3.93$) เลือกที่จะเป็นผู้บริโภคสีเขียวตามยุคสมัย ($\bar{x} = 3.64$) และเลือกที่จะเป็นผู้บริโภคสีเขียวจากการรณรงค์ของกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ($\bar{x} = 3.52$) 3) ด้านการเลือกรับรู้และตีความการบริโภคสีเขียวพบว่านิสิตมีการรับรู้การเลือกรับรู้และตีความในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$) และ 4) ด้านการเลือกและจดจำ พบว่านิสิตมีการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$)

พฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียว

นิสิตเกือบสองในสาม (61.6%) มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวปฏิบัติบ่อยครั้ง รองลงมาคือนิสิตปฏิบัติเป็นประจำ ร้อยละ 21.5 และนาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 16.9 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ระดับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(n=391)

ระดับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปฏิบัติเป็นประจำ (2.26 – 3.00)	84	21.5
ปฏิบัติบ่อยครั้ง (1.51 – 2.25)	241	61.6
ปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง (0.76 – 1.50)	66	16.9
ไม่เคยปฏิบัติ (0.00 – 0.75)	0	0.0
รวม	391	100.0

พฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตกลุ่มตัวอย่างแต่ละด้านมีดังนี้

ด้านการเลือกผลิตภัณฑ์สีเขียว

นิสิตเลือกผลิตภัณฑ์สีเขียวในภาพรวมระดับบ่อยครั้ง ($\bar{x} = 1.89$) โดยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากเขียวหรือฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ($\bar{x} = 2.36$, $\bar{x} = 2.35$) ประจำ

ด้านการลดของเสีย (Reduce)

นิสิตมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวด้านการลดของเสีย ในภาพรวมระดับบ่อยครั้ง ($\bar{x} = 2.04$) พฤติกรรมที่ปฏิบัติประจำมีค่าเฉลี่ยสูง 3 ข้อ คือ ปิดน้ำทุกครั้งหลังจากการใช้งาน ($\bar{x} = 2.77$) เลือกใช้ผลิตภัณฑ์แบบชนิดที่เติมได้ เช่น น้ำยาซักผ้า น้ำยาล้างจาน สบู่เหลว ฯลฯ ($\bar{x} = 2.50$) และถอดปลั๊กไฟหลังการใช้งานทุกครั้ง ($\bar{x} = 2.48$) ส่วนพฤติกรรมที่ปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง มี 2 ข้อ คือนำกล่องอาหารไปใส่ เมื่อซื้ออาหารรับประทาน ($\bar{x} = 1.35$) และไม่ซื้ออาหารจากร้านค้าที่มีภาชนะบรรจุทำจากพลาสติก ($\bar{x} = 1.28$)

ด้านการนำมาใช้ซ้ำ (Reuse)

นิสิตมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวด้านการนำมาใช้ซ้ำ ในภาพรวมระดับบ่อยครั้ง ($\bar{x} = 1.99$) พฤติกรรมที่ปฏิบัติเป็นประจำมี 2 ข้อ คือ นำถุงพลาสติกที่ใช้แล้วมาทำเป็นถุงใส่ขยะ ($\bar{x} = 2.63$) และใช้กระดาษให้ครบทั้งสองหน้าก่อนนำไปทิ้ง ($\bar{x} = 2.30$)

ด้านการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

นิสิตมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวด้านการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ในภาพรวมระดับปฏิบัติบ่อยครั้ง ($\bar{x} = 1.57$) พฤติกรรมที่ปฏิบัติบ่อยครั้งมี 3 ข้อ คือ นำกล่องกระดาษมาตัดแปลงเป็นที่ใส่ของใช้ในครัวเรือนหรือทำเป็นถังขยะ ($\bar{x} = 1.98$) นำกล่องกระดาษมาตัดแปลงเป็นช่องใส่หนังสือและเอกสาร ($\bar{x} = 1.94$) นำกระป๋องน้ำหรือขวดบรรจุอาหารมาประดิษฐ์เป็นของใช้ ($\bar{x} = 1.60$)

ด้านการซ่อมแซมหรือบำรุงแก้ไข (Repair)

นิสิตมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว ด้านการซ่อมแซม (Repair) ในภาพรวมระดับบ่อยครั้ง ($\bar{x} = 1.92$) มีระดับปฏิบัติบ่อยครั้งทุกประเด็น มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมที่สูงกว่าข้ออื่น ๆ คือ มีการซ่อมแซมของใช้ในครัวเรือนหากเกิดการชำรุด เพื่อให้ใช้งานได้ต่อไปได้ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ($\bar{x} = 2.14$) ซ่อมแซมเสื้อผ้าขาดให้ใช้ต่อไปได้ ($\bar{x} = 2.05$) และตรวจเช็คอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ในที่พักอาศัย เช่น แอร์ พัดลม ($\bar{x} = 2.04$)

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว

ผลการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวมีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก ($r = .14$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายถึงนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวอยู่ในระดับดีจะมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวที่ดีด้วย (ตารางที่ 3)

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมาก ($r = .15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายถึงนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่รับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมากจะมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวจะมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวที่ดีด้วย (ตารางที่ 3)

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวของนิสิตมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .41$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายถึงนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวระดับดีจะมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวที่ดีด้วย (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(n = 391)

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	พฤติกรรมการบริโภคสีเขียว
ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว	0.14**
การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	0.15**
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียว	0.41**

**p < .01

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสถานการณ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว

สถานการณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวระดับต่ำ ($r = .23$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายถึงการที่นิสิตมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานการณ์ที่เอื้อต่อการบริโภคสีเขียวสูงนิสิตจะมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวบ่อยครั้งขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว

กลุ่มอ้างอิง คือ เพื่อนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตกลุ่มตัวอย่างด้านการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ($\chi^2 = 11.848$) และด้านการซ่อมแซม ($\chi^2 = 9.443$) ส่วนผู้มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิต ด้านการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ($\chi^2 = 6.600$) และญาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตด้านการลดของเสีย ($\chi^2 = 6.512$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. นิสิตส่วนใหญ่ (79.5%) มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวอยู่ในระดับดี ผลการศึกษาสอดคล้องกับ Boonpithak (2020) ที่พบว่านิสิตนักศึกษาที่มีความรู้เกี่ยวกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับดี ซึ่งการศึกษาค้นคว้าพบว่านิสิตรับรู้ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวจากสื่ออินเทอร์เน็ตระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$) และนิสิตมีการเลือกและจดจำข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) จึงเป็นเหตุผลที่นิสิตมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวดี

2. นิสิตมีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในภาพรวมมีระดับมาก ($\bar{x} = 4.46$) ผลการวิจัยสอดคล้องกับ Piligrimiene (2020) ที่ระบุว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว และการศึกษาของ Chuenyen (2021) พบว่าผู้บริโภคมีความรู้ถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่มาจาก

ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง/อาหารสำเร็จรูป เมื่อพบว่าผลิตภัณฑ์มีการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมจากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และเมื่อได้เห็นสื่อโฆษณาก็จะให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์และตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

3. ผลการศึกษาปัจจัยด้านสถานการณ์ พบว่า สถานการณ์ที่เอื้อต่อพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$) และมีประเด็นเดียวคือ ผลิตภัณฑ์สีเขียวที่นิสิตต้องการมีราคาสูงเกินไปเมื่อเทียบกับกำลังในการซื้อของนิสิต มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$) เป็นไปได้ว่าผลิตภัณฑ์สีเขียวมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปในประเภทเดียวกัน และนิสิตเกือบครึ่ง (49.4%) มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ซึ่งสวนทางกับราคาของผลิตภัณฑ์สีเขียวที่มีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปในประเภทเดียวกัน

4. นิสิตมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียวระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.42$) สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารการบริโภคสีเขียวของนิสิตระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Boonpithak (2020) ที่พบว่านิสิต นักศึกษาส่วนใหญ่ (83.5%) ได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากอินเทอร์เน็ต เพราะเป็นสื่อที่นิสิตนักศึกษาเข้าถึงได้ง่ายในปัจจุบันทั้งจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

5. นิสิตมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวด้านการเลือกผลิตภัณฑ์สีเขียวระดับบ่อยครั้ง ($\bar{x} = 1.89$) โดยนิสิตเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานที่ยาวนานประจำ ($\bar{x} = 2.36$) เนื่องจากจะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย นิสิตเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากเขียวหรือฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ประจำ ($\bar{x} = 2.35$) เป็นไปได้ว่าในปัจจุบันสินค้ามีการสร้างจุดขายในเรื่องของ การช่วยลดโลกร้อนเพิ่มมากขึ้นจึงทำให้นิสิตมีทางเลือกในการซื้อสินค้าสีเขียวเพิ่มมากขึ้น

6. ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวมีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก ($r = .14$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Boonpithak (2020) ที่พบว่าความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กัน และ Makkiew (2017) ที่พบว่าความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารอย่างยั่งยืน เป็นไปได้ว่าประเด็นการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวมีข้อมูลที่ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการผลิตที่มีการเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อม จึงทำให้นิสิตรับรู้ได้ดีจึงส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวบ่อยครั้ง

7. การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมาก ($r = .15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการศึกษาคือสอดคล้องกับ Nyborg (2006) ที่พบว่ายังมีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากเท่าไร ก็จะมีการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวมากขึ้นเท่านั้น และสอดคล้องกับ Piligrimiene (2020) ที่ระบุว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว

8. การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียว มีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .41$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เนื่องจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเป็นกระบวนการของบุคคลด้วยความตั้งใจที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทำความเข้าใจของ ความหมายของข้อมูลดังกล่าว จากขั้นตอนการเปิดรับผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า การตั้งใจรับรู้และขั้นตอนสุดท้ายเป็นการเข้าใจความหมาย (Mowen and Minor, 1998)

9. สถานการณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภค สีเขียวระดับต่ำ ($r = .23$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับ Pilgrimene (2020) พบว่าความพร้อมของผลิตภัณฑ์ในการเข้าถึงของผู้บริโภคส่งผลต่อความเต็มใจในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว และการศึกษาของ Vassara (2015) ศึกษาสถานการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมพบว่า ในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ สถานที่เป็นสิ่งสำคัญในการอำนวยความสะดวกในการให้บริการกับผู้บริโภค

10. กลุ่มอ้างอิง คือเพื่อนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตด้านการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และด้านการซ่อมแซม สอดคล้องกับ Tsarenko (2013) ที่พบว่า เพื่อน และบุคคลใกล้ชิดมีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว ผู้มีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตด้านการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และการชักจูงจากญาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวของนิสิตด้านการลดของเสีย และสอดคล้องกับผลการศึกษารับรู้เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวที่พบว่า เพื่อน ญาติ และผู้มีชื่อเสียง มีส่วนทำให้นิสิตให้ความสนใจการบริโภคสีเขียวระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. นิสิตเข้าใจผิดในประเด็นสุขภาพ ความปลอดภัย และเศรษฐกิจในชุมชนว่าไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริโภคสีเขียว ดังนั้นอาจารย์ผู้สอนควรสอดแทรกเรื่องความสำคัญของการบริโภคสีเขียวกับสุขภาพ ความปลอดภัยและเศรษฐกิจของชุมชนในรายวิชาในกลุ่มศึกษาทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นรายวิชาที่นิสิตทุกคนเลือกลงทะเบียนเรียน หรือจัดเพิ่มเติมในงานพัฒนานิสิตทั้งในระดับคณะและมหาวิทยาลัย

2. นิสิตซื้ออาหารจากร้านค้าที่มีภาชนะบรรจุทำจากพลาสติกซึ่งนิสิตซื้อบ่อยครั้ง หากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ต้องการรณรงค์ เรื่องการบริโภคสีเขียวที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับประทานอาหารจากร้านที่ใช้ภาชนะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัย อาจกำหนดเป็นนโยบายร้านค้าจำหน่ายอาหารปลอดภัย การใช้ภาชนะพลาสติกโดยส่งเสริมให้ใช้ภาชนะที่ย่อยสลายได้หรือลดราคาอาหารลงในกรณีที่นิสิตนำภาชนะมาใส่อาหารเมื่อซื้ออาหารรวมทั้งขอความร่วมมือจากนิสิตและบุคลากรปฏิเสธการรับช้อน หลอดและถุงพลาสติก

3. ผลิตภัณฑ์สีเขียวที่นิสิตต้องการส่วนใหญ่จะมีราคาสูงเกินไปกว่าที่นิสิตสามารถซื้อได้ ดังนั้นผู้ผลิตสินค้าสีเขียวเพื่อเอื้อให้นิสิตที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเองสามารถซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวได้ ผู้ผลิตสินค้าสีเขียวควรศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์สีเขียว และกำหนดราคาให้เป็นไปตามกำลังซื้อของนิสิตนักศึกษา

4. สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารการบริโภคสีเขียวมากกว่าสื่ออื่น ๆ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือบริษัทที่ผลิตสินค้าสีเขียวที่ต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวควรเผยแพร่ทางสื่ออินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวในกลุ่มบุคคลากรสายต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หรือสะท้อนผลการวิจัยที่ครอบคลุมทั้งมหาวิทยาลัย

2. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวในกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มผู้ทำงานในหน่วยงานหรือองค์กรอื่นเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังในการซื้อ และตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเอง

3. ศึกษารูปแบบของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริโภคสีเขียว เนื่องจากเป็นช่องทางที่นิสิตได้รับการรับรู้เกี่ยวกับการบริโภคสีเขียว

References

- Boonpithak, J. (2020). *Factors Related to Environmental-Friendly Behavior of Public University Students in Bangkok*. (Master's thesis). Kasetsart University. [In Thai]
- Chuenyen, B. (2021). The Study of Student Participation on being a Green University in Ubon Ratchathani Rajabhat University. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 8(2), 51-63. [In Thai]
- Kasetsart University. (2021). *UI Green Metric World University Ranking 2021*. <https://www.ku.ac.th>. [In Thai]
- Konphatphonsakul, K. (2016). *Influences of Green Consumer and Public Consciousness on Purchase Intention*. (Master's thesis). Kasetsart University. [In Thai]
- Mahidol Channel. (2016, 23 January). *Green Product* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=pRwzChBVGAs>.
- Makiew, N. (2017). *Factors Related to Sustainable Food Consumption Behavior of Public University Students in Bangkok Metropolis*. (Master's thesis). Kasetsart University. [In Thai]
- Meechinda, P. (2010). *Consumer Behavior*. Bangkok: Thammasarn Company Limited. [In Thai]
- Mowen, J. C. & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Nyborg, K, Howarth, R. & Brekke K. (2006). Green Consumer and Public Policy on Socially: On Socially Contingent Moral Motivation. *Resource and Energy Economics*, 28(4), 351-366. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.reseneeco.2006.03.001>.
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2010). *Thailand Health Lifestyle Strategic Plan, B.E. 2011 - 2020*. <http://hed.go.th/information/file/199>. [In Thai]
- Piligrimiene, P., Zukauskaitė, A., Korzilius, H., Banyte, J., & Dovaliene, A. (2020). Sustainability: Internal and External Determinants of Consumer Engagement in Sustainable Consumption. *MDPI Journals*, 12(1), 1-20.
- Rathachatranon, W. (2019). Determining an Appropriate Sample Size for Social Science Research: The Myth of Using Taro Yamane and Krejcie & Morgan Method. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 8(1), 11-28. [In Thai]
- Sunakorn, P. & et al. (n.d.). *Master Plan of Green University, Kasetsart University, Bangkok (2017 - 2022)*. <https://ebook.lib.ku.ac.th/ebook27/ebook/20170138/#p=1>. [In Thai]

- Thai Health Promotion Foundation. (2013). *4 Tips to be Green Consumers*.
<http://businessconnectionknowledge.blogspot.com/2013/03/4-green-consumer.html>.
[In Thai]
- Traimongkolkul, P. & Chattraporn, S. (2012). *Research design*. Bangkok: Kasetsart University. [In Thai]
- Tsarenko, Y., Ferraro, C., Sands, S. & McLeod, C. (2013). Environmentally Conscious Consumption: The Role of Retailers and Peers as External Influences. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(3), 302-310. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.01.006>.
- UI GreenMetric Secretariat. (2020). *UI GreenMetric World University Rankings 2020*, Integrated Laboratory and Research Center (ILRC) Building, 4th floor.
- Vassara,V. (2015). *The Perception of Consumers and Factors Influencing ThePurchase of Eco-Designed Fast-Moving Consumer Goods*. (Master's thesis). Thammasart University. [In Thai]
- Wantamel, N. (2018). *The Three Strategies in Contribution to Sustainable Consumption of Thai Youth*. Ryt9. <https://www.ryt9.com/s/prg/2840139>. [In Thai]