

ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก
ด้วยทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับอนุญาต
ด้วยทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2562

นางสาวนุชจรินทร์ อรุณนวล

ผู้วิจัย

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ธีรพงษ์ ปิ่นจีเสถิกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อาภาศิลป์, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ด้วยทฤษฎี มุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)” สำเร็จลุล่วงไปได้ดีด้วยความช่วยเหลือจากอาจารย์ ที่ปรึกษา ดร. บุญยิ่ง คงอาษาภัทร ที่ช่วยให้คำแนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดช่วงการ วิจัย และขอขอบพระคุณอาจารย์ ผศ.ดร.วินัย วงศ์สุวรรณ และ ดร.ธีรพงษ์ ปิณิจเสถิกุล ที่ให้เกียรติ เป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ รวมถึงให้คำแนะนำดีชมต่างๆ เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เกิดความสมบูรณ์ มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาให้ข้อมูลในการวิจัย ขอขอบพระคุณบิดามารดาที่สนับสนุนการศึกษา และการอำนวยความสะดวกต่างๆต่อการดำรงชีวิต ทำให้ผู้วิจัยมีเวลาเพื่อการศึกษามากขึ้น ขอขอบคุณพี่น้อง เพื่อนๆและกัลยาณมิตรต่างๆของผู้วิจัย ที่ช่วยเหลือและให้กำลังใจดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและมีพลังกำลังในการทำวิจัยต่อไป

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาด ผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้ที่สนใจทั่วไป เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในกิจการของตน สำหรับคุณงามความดีใดที่เกิดจากผลงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นสถานที่ที่มอบความรู้ วิทยุทัศน์ และประสบการณ์ใหม่ๆแก่ผู้วิจัย

นุชจรินทร์ อรุณนวล

ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ด้วยทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม
ATTITUDE TOWARD ETHICAL INTENTION BY REGULATORY FOCUS THEORY

นุชจรินทร์ อรุณนวล 6050177

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจเสกิกุล, Ph.D., ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีข่าวการเสียชีวิตของสัตว์นานาชนิด โดยเฉพาะสัตว์ทะเลเสียชีวิตจำนวนมาก โดยมีสาเหตุหลักมาจากปริมาณถุงขยะพลาสติกในท้องทะเลมากเกินไป ถึงแม้ว่ารัฐบาลไทยได้ส่งเสริมพฤติกรรมกรรการรักษาสิ่งแวดล้อมมาอย่างยาวนานหลายปี แต่ดูเหมือนว่าพฤติกรรมคนไทยยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงและในทางกลับกันมีการใช้ปริมาณถุงพลาสติกเพิ่มมากขึ้นทุกปี สาเหตุที่พฤติกรรมของคนไทยยังไม่เปลี่ยนแปลง อาจเป็นเพราะว่ายังไม่มีการศึกษาปัจจัยบุคคลในทางจิตวิทยาที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมรักษาสิ่งแวดล้อม ในงานวิจัยนี้ จึงทำการศึกษาเรื่องทัศนคติด้านความคิดและทัศนคติด้านอารมณ์ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมหรือความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก จากการแจกแบบสอบถามให้กับคนไทยที่เคยไปซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อต่างๆในประเทศไทย จำนวน 408 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติพบว่า ทัศนคติด้านอารมณ์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมในกลุ่มคนไทย และการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนหรือการมองเป้าหมายเรื่องผลประโยชน์หรือผลลัพธ์ทางบวกเป็นหลัก จะช่วยกระตุ้นให้คนไทยเกิดความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : ทัศนคติ/ ทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม/ ความตั้งใจเชิงจริยธรรม/ การปฏิเสธการรับ
ถุงพลาสติก

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	6
1.3 กรอบแนวในการวิจัย	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย	7
1.5 สมมติฐานการวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.7 นิยามคำศัพท์	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ทบทวนวรรณกรรม)	10
2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	10
2.2 ทักษะคิดกับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Pro-environmental behavior)	11
2.3 ความตั้งใจเชิงจริยธรรมกับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Pro-environmental behavior)	12
2.4 แนวคิดทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)	13
2.5 อิทธิพลทางอ้อมเมื่อมีตัวแปรคั่นกลาง (Mediation Effect) ของทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	17
3.1 ประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง	17
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	21
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	21
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	23
4.1 การนำเสนอข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ข้อมูลส่วนบุคคล)	23
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก	27
4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม	34
4.4 การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบงานวิจัย	35
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของทัศนคติด้านความคิด และทัศนคติด้านอารมณ์ ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม	36
4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางการมุ่งเน้น เชิงสนับสนุน (Promotion Focus) ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติด้านอารมณ์และความตั้งใจเชิงจริยธรรม	37
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	39
5.1 สรุปผลการวิจัย	39
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชนและภาครัฐ	42
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	43
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก	47
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	48
ประวัติผู้วิจัย	54

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4.1	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านเพศ	24
4.2	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านอายุ	24
4.3	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านสถานภาพ	25
4.4	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านการศึกษา	25
4.5	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านอาชีพ	26
4.6	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านรายได้	27
4.7	ร้านค้าปลีกใดที่ไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านมากที่สุด	28
4.8	ตารางเปรียบเทียบระหว่างร้านค้าปลีกกับความถี่ในการไปซื้อสินค้า	29
4.9	ตารางเปรียบเทียบระหว่างร้านค้าปลีกกับวิธีการเดินทางไปซื้อสินค้า	30
4.10	ตารางเปรียบเทียบระหว่างร้านค้าปลีกกับจำนวนถุงพลาสติกที่รับและไม่รับ ถุงพลาสติก	31
4.11	สาเหตุที่ยังรับถุงพลาสติก	33
4.12	การจัดการถุงพลาสติกที่ได้รับ	33
4.13	สาเหตุที่ไม่รับถุงพลาสติก	34
4.14	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านการศึกษาและความตั้งใจเชิง จริยธรรม	35
4.15	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านความคิดและทัศนคติด้าน อารมณ์กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม	36
4.16	อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) ที่มีต่อ ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม	38

สารบัญรูปร่างภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติ แรงจูงใจประเภทมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) และความตั้งใจเชิงจริยธรรม	6
4.1	ภาพเปรียบเทียบสัดส่วนระหว่างกลุ่มที่รับถุงพลาสติกและกลุ่มที่ไม่รับถุงพลาสติก	32
4.2	ภาพแสดงผลการทดสอบอิทธิพลระหว่างทศนคติและการมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม	37



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย

ปัจจุบันถุงพลาสติกยังคงนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ด้วยคุณประโยชน์ของถุงพลาสติกที่มีมากมาย ไม่ว่าจะเป็นน้ำหนักเบา มีความทนทานกว่าวัสดุอื่นๆ สะดวกในการพกพา ใช้ป้องกันสิ่งสกปรกหรือสิ่งปนเปื้อนได้ และมีราคาถูกกว่าวัสดุอื่นๆ จึงทำให้ถุงพลาสติกกลายเป็นส่วนสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ไปแล้ว อย่างไรก็ตามมนุษย์ไม่ได้สนใจเรื่องคุณประโยชน์ของถุงพลาสติกมากมายนัก เพราะเห็นว่ามีราคาถูก และหาได้ง่ายตามห้างสรรพสินค้าหรือตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป ถุงพลาสติกจึงถูกใช้ในระยะเวลาสั้นและถูกทิ้งทันทีเมื่อหมดความต้องการแล้ว แม้ว่าจะใช้ถุงพลาสติกแบบนี้ไปเพียงครั้งเดียว

จากข้อมูลล่าสุดของ กทม. ระบุว่า กทม.จัดเก็บขยะได้ 10,000 ตันต่อวัน กลายเป็นถุงพลาสติก 80 ล้านใบต่อวัน เฉลี่ย 8 ใบต่อคน จากประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองกรุงประมาณ 10 ล้านคน ปัญหาคือว่าพฤติกรรมของคนใช้ เมื่อใช้เสร็จแล้วทิ้งทันที ส่งผลต่อการกำจัดถุงพลาสติก ซึ่งถ้าหากไม่กำจัดถุงพลาสติกให้ถูกวิธี ก็จะเกิดผลกระทบต่อตามมามากมาย ยกตัวอย่างเช่น ชื่อน้ำ 1 ขวดจากร้านสะดวกซื้อแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ทางร้านใส่ถุงพลาสติกให้มาอย่างดี แต่พอออกจากนอกร้าน ก็ดึงถุงพลาสติกใบนี้ออก แล้วทิ้งถุงพลาสติกลงถังขยะ และถือขวดน้ำไป ถุงพลาสติกที่ทิ้งลงถังขยะอาจทิ้งลงถังไม่ดี ถุงพลาสติกก็ปลิวลงสู่พื้นและปลิวต่อไปติดตะแกรงของทางระบายน้ำข้างถนน ผลกระทบที่ตามมาคือ เมื่อฝนตกหนัก ถุงพลาสติกก็ไปกั้นทางระบายน้ำ ทำให้การระบายน้ำไม่ดีเท่าที่ควร ส่งผลให้เกิดน้ำท่วมในเวลาต่อมา นอกจากนี้ถุงพลาสติกที่ไหลลงสู่ท่อระบายน้ำ จะไหลต่อไปยังทะเลและสะสมเป็นแพขยะกลางทะเล สร้างความเสียหายอย่างรุนแรงต่อสัตว์และนกทะเลจำนวนมาก พวกมันอาจหลงกินถุงพลาสติกเพราะเข้าใจผิดคิดว่ามันเป็นอาหาร และเป็นต้นเหตุที่ทำให้พวกมันเสียชีวิตในที่สุด

อย่างเช่นกรณีข่าวการเสียชีวิตของวาฬน้ำร้อนตัวหนึ่งที่บริเวณปากคลองนาทับติดกับทะเลอ่าวไทย ใน อ. จะนะ จ.สงขลา เมื่อเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทยตอนล่าง ได้ผ่าชันสูตรซากวาฬ พบถุงพลาสติกในส่วนคั่นของกระเพาะอาหารจำนวน 85 ชิ้น น้ำหนักประมาณ 8 กิโลกรัม พลาสติกที่วาฬหลงกลืนกินเข้าไปไม่สามารถย่อยสลายได้ ทำให้เกิดความผิดปกติในระบบต่างๆตามมา เช่น ปอดอักเสบ หัวใจขาดเลือด พบพยาธิในปอด ท่อน้ำดี

และถ้าใส่ ทำให้วาฬเสียชีวิตในที่สุด ซึ่งข่าวนี้อาจไปทั่วโลก และสะท้อนให้เห็นถึงวิกฤติปัญหาขยะในท้องทะเลไทยที่ยังไม่สามารถแก้ไขได้มาช้านาน และจากข้อมูลของคณะกรรมการสัตว์ทะเลหายากและกรรมการปฏิรูปประเทศบ่งชี้ว่า ประเทศไทยมีปัญหาขยะทางทะเลมากเป็นอันดับที่ 6 ของโลก และหากยังทิ้งขยะพลาสติกในระดับนี้อยู่ภายใน 30 ปี ในทะเลจะมีขยะพลาสติกมากกว่าสัตว์น้ำ และจากการประเมินในปัจจุบัน มีขยะพลาสติกในทะเลไม่ต่ำกว่า 25 ล้านตัน โดยวาฬตัวดังกล่าวไม่ใช่ตัวแรกที่เสียชีวิตเพราะขยะพลาสติก ยังมีสัตว์ทะเลอื่นๆอีกมากมายที่เสียชีวิตเพราะขยะพลาสติกทั้งทางตรงและทางอ้อม

นอกจากผลกระทบทางทะเลแล้ว ขยะพลาสติกยังสร้างความเสื่อมโทรมต่อธรรมชาติอย่างรุนแรง และเป็นอันตรายต่อระบบนิเวศหลายๆด้าน รวมถึงส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศหรือสภาวะโลกร้อนด้วย ซึ่งสามารถสังเกตได้จากพายุที่หมุนถี่ขึ้น รุนแรงมากขึ้น ระดับน้ำทะเลสูงขึ้นจากการละลายของน้ำแข็งขั้วโลก เกิดน้ำท่วมใหญ่ในหลายพื้นที่ หรือแม้กระทั่งฝนตกไม่ตรงตามฤดูกาล จึงทำให้หลายๆพื้นที่ทั่วโลกประสบกับภัยธรรมชาติที่นับวันทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

ในด้านการกำจัดขยะพลาสติกก็ยังเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขกันในทุกประเทศทั่วโลก ถ้าปล่อยขยะพลาสติกย่อยสลายเองตามธรรมชาติ ขยะพลาสติก 1 ใบ จะใช้เวลาย่อยสลายทั้งหมด 450 ปี (กรมควบคุมมลพิษ: Online) ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาที่ย่อยสลายนานมาก ถึงแม้ว่าในปัจจุบันมีการกำจัดขยะพลาสติกที่ถูกต้อง คือการฝังกลบ และการเผา แต่เนื่องจากขยะพลาสติกทำจากเม็ดปิโตรเลียมก็ยังปล่อยสารเคมีหรือก๊าซพิษออกมาสู่ธรรมชาติอยู่เสมอ เช่น ถ้าหากใช้วิธีฝังกลบในดิน นอกจากจะใช้พื้นที่มากกว่าขยะปกติถึง 3 เท่าแล้ว ยังทำให้พื้นที่บริเวณนั้นทำการเกษตรไม่ได้ และเกิดการปนเปื้อนของสารตกค้างในดินและอาจไหลลงสู่แม่น้ำลำคลองด้วย หรือหากใช้วิธีการเผาทำลาย ถ้าเผาไหม้ไม่สมบูรณ์จะเกิดก๊าซพิษ หรือถ้าเผาไหม้สมบูรณ์ไปแล้วก็ยังเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจกที่มีคุณสมบัติป้องกันความร้อนออกสู่นอกโลกทำให้โลกร้อนขึ้น แต่ในความเป็นจริงอันน่าเศร้าคือไม่มีการเผาไหม้พลาสติกครั้งไหนสมบูรณ์เลย เพราะฉะนั้นทุกครั้งที่เผา จะเกิดทั้งก๊าซพิษและก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์กระจายไปบนชั้นบรรยากาศ นั่นหมายความว่า “ถ้าเราไม่หยุดหรือลดใช้พลาสติก โลกก็ไม่มีทางหายจากภาวะโลกร้อน”

ในประเทศไทย มีการรณรงค์เกี่ยวกับลดการใช้ถุงพลาสติกมาหลายปีอย่างต่อเนื่อง แต่ดูเหมือนว่ายังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะพฤติกรรมของคนไทยในการใช้ถุงพลาสติกไม่ลดน้อยลงเลย จากข้อมูลของทีมข่าวนิวมีเดียได้ลงพื้นที่สอบถามประชาชนทั่วไปถึงสาเหตุที่ยังไม่เลิกใช้ถุงพลาสติก ส่วนมากลงความเห็นเป็นเสียงเดียวกันคือ ใช้ถุงพลาสติกเพราะความสะดวกสบายในการจับจ่ายซื้อของ อีกเหตุผลคือ ร้านค้าทั่วไปก็ยังใช้ถุงพลาสติกอยู่ทำให้ไม่มี

ทางเลือก แต่หลายคนมีความคิดที่อยากจะเลิกใช้ถุงพลาสติก เพราะทราบว่าถุงพลาสติกย่อยสลายยาก โดยอยากให้หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญอย่างจริงจังในเรื่องนี้ เพื่อเป็นการผลักดันการช่วยกันลดภาวะโลกร้อนในประเทศไทยอีกทางหนึ่ง (“ถุงพลาสติกภัยร้ายทำลายโลก”, 2561: ออนไลน์) อย่างไรก็ตามการลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกไม่ใช่เรื่องของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแต่เป็นหน้าที่ของทุกฝ่ายที่จะต้องช่วยกันแก้ไขปัญหาในเรื่องนี้

ปัจจุบันเริ่มมีบางร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้านค้าภายในมหาวิทยาลัยต่างๆ ได้จัดโครงการลดใช้ถุงพลาสติก ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดล ออกโครงการ “มหิดล Reduce & Reuse ถุงพลาสติก” เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกในสถาบันศึกษาโดยให้ลูกค้าพกถุงผ้ามาเอง หากไม่สะดวกก็สามารถซื้อถุงพลาสติกได้ในราคา 2 บาท หรือหีบถุงพลาสติกกรีดยศที่มีผู้นำมาบริจาคไว้ก็ได้ ในขณะที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ก็จัดโครงการ “Chula Zero Waste” นำโดยสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อมและสำนักบริหารระบบกายภาพร่วมกับร้านสหกรณ์จุฬาฯ และบริษัทซีพีออลล์ ผู้บริหารร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อแจกถุงพลาสติกในร้านสหกรณ์ฯ 5 สาขาและบูธเซเว่นอีเลฟเว่น 6 สาขาในมหาวิทยาลัย หรือหากไม่สะดวกก็สามารถซื้อถุงพลาสติกชนิดย่อยสลายได้ในราคา 2 บาท โดยโครงการฯ จะรวบรวมรายได้จากการขายถุงไปใช้สนับสนุนกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

สำหรับห้างค้าปลีกหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ได้ร่วมมือกับกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการแจกถุงพลาสติกทุกวันที่ 15 และ 30 ของเดือน และจะเพิ่มจำนวนวันที่แจกถุงพลาสติกมากขึ้น อย่างเช่น วันที่ 4 ธันวาคม 2561 ซึ่งเป็นวันสิ่งแวดล้อมไทย หลายๆ ห้างค้าปลีกพร้อมใจณรงค์ “งดใช้ถุงพลาสติก” อย่างจริงจัง และบางห้างค้าปลีกก็กำหนดให้วันที่ 4 ของทุกเดือนเป็นวันงดให้บริการถุงพลาสติกกับลูกค้าเพิ่มอีก 1 วัน เป็นต้น นอกจากนี้โยบายงดแจกถุงพลาสติกดังกล่าวที่จะช่วยกระตุ้นให้คนไทยเริ่มตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมแล้ว ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ต่างๆ ก็ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อจูงใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคในห้างค้าปลีกเกิดพฤติกรรมปฏิเสธหรืองดใช้ถุงพลาสติกเพิ่มมากขึ้น

กลยุทธ์ทางการตลาดของห้างค้าปลีกกับการลดปริมาณถุงพลาสติก

เทสโก้ โลตัส มอบแถมกรีนพอยท์ให้ลูกค้าเมื่อไม่รับถุงพลาสติกจำนวน 20 แด้มทุกวัน พิเศษในทุกๆ วันพุธที่ให้แถมพิเศษ 150 แด้ม ทั้งนี้ร้านค้าเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส สาขาถนนนวมินทร์ ไม่มีการให้ถุงพลาสติกมาแต่ไหนแต่ไรเนื่องจากเป็น no bag store ส่วนช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เทสโก้ โลตัส ช้อป ออนไลน์ ลูกค้าก็สามารถเลือกไม่รับสินค้าบรรจุถุงพลาสติกได้

บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มอบคะแนนสำหรับผู้ถือบัตรสมาชิก Big Card จำนวน 200 คะแนน สำหรับลูกค้าที่ปฏิเสธไม่รับถุงพลาสติก เมื่อซื้อสินค้า 200 บาทขึ้นไป โดยมีผลทุกวัน

ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล มอบคะแนน The 1 Card จำนวน 10 คะแนน แก่ลูกค้าที่ปฏิเสธไม่รับถุงพลาสติกพร้อมด้วย ท็อปส์ มาร์เก็ต มอบคะแนน The 1 Card เป็นจำนวน 8 คะแนนในเดือนไปเดียวกัน โดยมีผลทุกวันเช่นกัน

ฟู๊ดแลนด์ ซูเปอร์มาร์เก็ต มอบส่วนลด 1 % ทุกวันพุธ (ยกเว้นสินค้าที่ไม่รวมรายการ) แก่ลูกค้าที่ปฏิเสธไม่รับถุงพลาสติก

ห้างสรรพสินค้าในกลุ่มเดอะมอลล์ กรุ๊ป จัดแคมเปญณรงค์ “ลดการใช้ถุง” โดยทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์ ลูกค้าที่ถือบัตรสมาชิก M Card หากซื้อสินค้าแล้วไม่รับถุงพลาสติก จะได้รับคะแนนสะสมในบัตรทันที 10 คะแนน และสามารถนำคะแนน M Point แลกกับ E-Voucher ใช้แทนเงินสดได้ด้วย

จากกลยุทธ์ต่างๆของห้างค้าปลีกในประเทศไทยข้างต้น จะสังเกตได้ว่า ห้างค้าปลีกส่วนใหญ่จะใช้วิธีการ “ให้รางวัล” เพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก โดยลูกค้าที่ไม่รับถุงพลาสติก จะได้รับ “คะแนนสะสม” เพิ่มในบัตรสมาชิกหรือ Loyalty Card ของห้างค้าปลีกนั้นๆ ซึ่งแตกต่างกับนโยบายการลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกในต่างประเทศที่เน้น “บทลงโทษ” โดยการเก็บภาษีถุงพลาสติก ไปจนถึงออกกฎหมายจำคุก หรือปรับเงิน ซึ่งมีผลกระทบครอบคลุมตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ไปจนถึงผู้บริโภค

นโยบายการลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกในต่างประเทศ

จีน – รัฐบาลจีนออกกฎหมายควบคุมการใช้ถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งในร้านค้า และห้างค้าปลีกทั่วประเทศ หากลูกค้าต้องการถุงพลาสติก จะต้องมีการใช้จ่าย และหากร้านค้าไหนจำหน่ายถุงพลาสติกอย่างผิดกฎหมาย จะมีโทษปรับ 10,000 หยวน หรือประมาณ 1,593 เหรียญสหรัฐ ซึ่งมาตรการดังกล่าว ทำให้จีนสามารถลดการใช้ถุงพลาสติกลง 66%

เคนยา – ออกกฎหมายห้ามการใช้ถุงพลาสติกแบบ single use ทั่วประเทศ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายถุงพลาสติกทั่วประเทศ และผู้บริโภค หากพบว่าใครฝ่าฝืน มีโทษจำคุกไม่เกิน 4 ปี หรือปรับ 40,000 เหรียญสหรัฐ ส่งผลให้โรงงานผลิตถุงพลาสติกต้องปิดตัวลง 176 โรงงาน และทำให้อีกหลายหมื่นชีวิตต้องตกงาน เนื่องจากเคนยาเป็นผู้ส่งออกถุงพลาสติกรายใหญ่ในภูมิภาคแอฟริกาตะวันออก จึงนับเป็นกฎหมายมุ่งลดการใช้พลาสติกรุนแรงที่สุดในโลกที่ว่า

ได้ แต่รัฐบาลเคนย่ามองว่าการออกกฎหมายเช่นนี้ จะช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อม – การเกษตร – การประมง – การท่องเที่ยวของประเทศได้ในระยะยาว

สหราชอาณาจักร – ในปี 2015 ร้านค้าในสหราชอาณาจักร เริ่มเก็บเงินค่าถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง 5 เพนนิตต่อถุง ซึ่งถ้าหากผู้บริโภคไม่ยอมเสียเงินค่าถุง ก็ต้องนำถุงติดตัวมาเองทุกครั้งที่ต้องซื้อสินค้า และหลังจากใช้มาตรการดังกล่าว ปรากฏว่าสามารถลดการใช้ถุงพลาสติกลงได้มากถึง 80%

วอชิงตัน ดี.ซี. ในสหรัฐอเมริกา – ใช้วิธีการเก็บภาษีถุงพลาสติก โดยนำรายได้จากการเก็บภาษีถุงพลาสติกไปฟื้นฟูและทำความสะอาดแม่น้ำ Anacostia และใช้สำหรับผลิตถุงที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อส่งมอบให้กับคนที่มียาได้น้อย และผู้สูงอายุที่อาศัยในวอชิงตัน ดี.ซี. ผลปรากฏว่าหลังจากประกาศนโยบายนี้ตั้งแต่ปี 2009 สามารถลดอัตราการใช้ถุงพลาสติกได้มากถึง 85% จากก่อนใช้นโยบายดังกล่าว ปริมาณการใช้ถุงพลาสติกในวอชิงตัน ดี.ซี. อยู่ที่ 22.5 ล้านใบต่อเดือน แต่ปัจจุบันลดลงไปอยู่ที่ 3.3 ล้านใบต่อเดือน

ซานฟรานซิสโก ในสหรัฐอเมริกา – ออกมาตรการกระตุ้นให้คนงดใช้ถุงแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง ทั้งถุงพลาสติก และถุงกระดาษในปี 2007 ด้วยวิธีเก็บค่าธรรมเนียม 10 เซนต์ตรงจุดชำระเงินค่าสินค้า ในกรณีลูกค้าที่ซื้อสินค้า แล้วอยากได้ถุงพลาสติกหิ้วแบบ single-use และถุงกระดาษ แต่หลังจากใช้นโยบายนี้ สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมคนให้เปลี่ยนจากถุงพลาสติกหิ้วแบบใช้แล้วทิ้ง ไปสู่การใช้ถุงแบบ Reusable Bag ได้สำเร็จ และนับตั้งแต่ปี 2010 ช่วยลดมลพิษจากถุงพลาสติกลง 72%

ด้วยความที่บริบทของเมืองไทย แตกต่างจากต่างประเทศ ดังนั้นการที่ภาครัฐ และภาคเอกชนไทย เลือกว่าใช้วิธี “ให้รางวัล” เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นให้คนไทยค่อยๆ ลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติก มากกว่าจะเลือกใช้มาตรการ หรือออกกฎหมายบังคับ เพื่อ “หักดิบ” พฤติกรรมผู้บริโภค ก็เป็นหนึ่งในแนวทางที่จะช่วยสร้างพฤติกรรมอย่างยั่งยืนได้ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนไทยให้เกิดพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างเช่น “การปฏิเสธการรับถุงพลาสติก” เพิ่มมากขึ้น นอกจากจะอาศัยปัจจัยภายนอก อย่างเช่น การออกกฎหมาย หรือนโยบายของรัฐบาล หรือกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านค้าปลีกต่างๆแล้ว ยังต้องอาศัยปัจจัยภายในบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติและแรงกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคล ที่จะทำให้เกิดความตั้งใจเชิงจริยธรรม หรือ ความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก

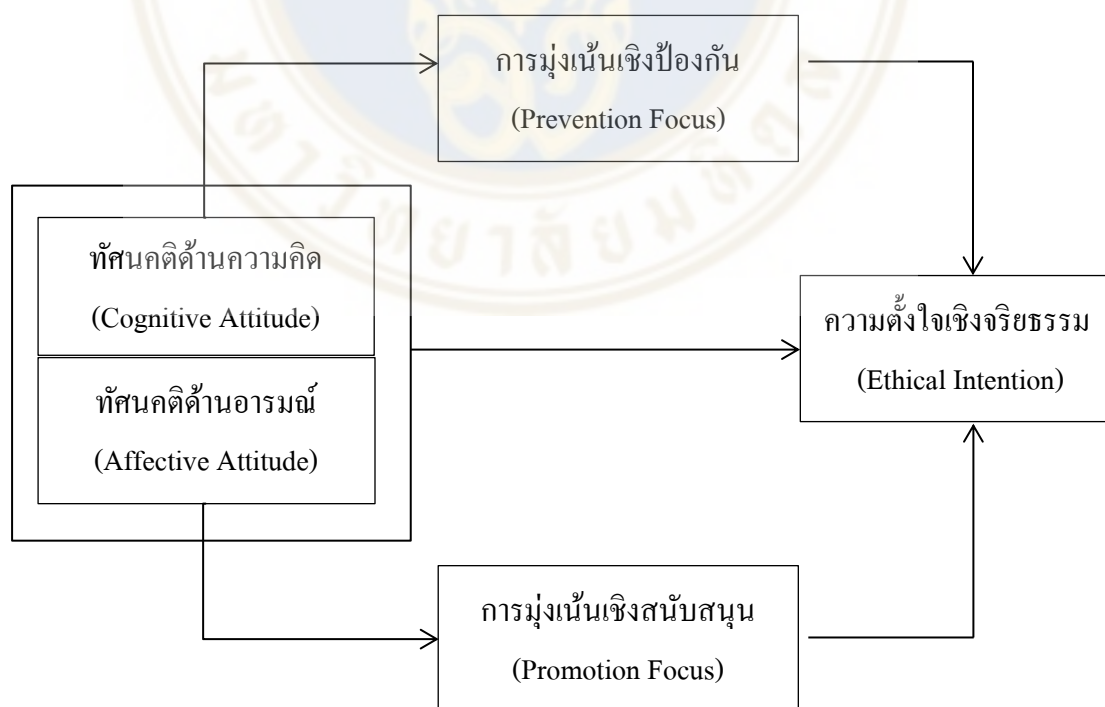
ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ด้วยทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)” เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องนำ

ผลงานวิจัยไปใช้ในการศึกษาหากกลยุทธ์ทางการตลาดหรือสร้างนโยบายต่างๆ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมปฏิเสธการรับถุงพลาสติกเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาทัศนคติในกลุ่มผู้บริโภคคนไทยที่มีต่อพฤติกรรมปฏิเสธการรับถุงพลาสติก
- 1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติและความตั้งใจเชิงจริยธรรม
- 1.2.3 เพื่อศึกษาตัวแปรคั่นกลางของแรงจูงใจประเภทมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความตั้งใจเชิงจริยธรรม
- 1.2.4 เพื่อหาแนวทางการพัฒนาพฤติกรรม “การปฏิเสธการรับถุงพลาสติก” จากร้านค้าปลีกของคนไทย

1.3 กรอบแนวในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติ แรงจูงใจประเภทมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) และความตั้งใจเชิงจริยธรรม

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1.4.1 ประชากรที่ใช้ศึกษา: เป็นประชากรที่อยู่อาศัยในประเทศไทย และเป็นผู้ที่เคยไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket), และร้านสะดวกซื้อต่างๆในประเทศไทย ได้แก่ 7-Eleven, Tops Supermarket, Home Fresh Mart, Gourmet Market, Foodland Supermarket, Villa Market, Big C supercenter, Tesco Lotus ฯลฯ

1.4.2 กลุ่มตัวอย่าง: ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อแจกแบบสอบถามกับผู้ที่เคยไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket), และร้านสะดวกซื้อต่างๆในประเทศไทย จำนวน 415 คน

1.4.3 ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม และตัวแปรคั่นกลางในงานวิจัย ประกอบด้วย

1.4.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ทักษะคิด ซึ่งประกอบด้วย ทักษะคิดด้านความคิด (Cognitive Attitude) และทักษะคิดด้านอารมณ์ (Affective Attitude)

1.4.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความตั้งใจเชิงจริยธรรม (Ethical Intention) โดยกำหนดให้ “การปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก” เป็นความตั้งใจที่จะเกิดขึ้น

1.4.3.3 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable) คือ การมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน (Prevention Focus) และการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus)

1.4.4 สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ การแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook และ Line application เป็นต้น และการเดินแจกแบบสอบถามกระดาษตามห้างสรรพสินค้าต่างๆใน จ. กรุงเทพฯ

1.4.5 ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ กุมภาพันธ์ 2562 ถึง มิถุนายน 2562

1.4.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1.4.6.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4.6.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression Analysis), การวิเคราะห์การ

ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression), การทดสอบ t แบบอิสระ (Independent t-test), การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova)

1.5 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างทางเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม

สมมติฐานที่ 2 ทักษะคิดด้านความคิด และทักษะคิดด้านอารมณ์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน มีความสัมพันธ์ในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างทักษะคิดด้านความคิดและความตั้งใจเชิงจริยธรรม

สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน มีความสัมพันธ์ในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างทักษะคิดด้านอารมณ์และความตั้งใจเชิงจริยธรรม

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษามีประโยชน์ต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้องดังนี้ คือ

1.6.1 ผลงานวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการด้านค้าปลีกเข้าใจถึงประเภททัศนคติและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะปฏิเสธการรับถุงพลาสติกในร้านค้าปลีก และหามาตรการแรงจูงใจทางการตลาดและการสื่อสารที่จะช่วยเพิ่มพฤติกรรมปฏิเสธการรับถุงพลาสติกของผู้บริโภคในร้านค้าปลีก

1.6.2 ภาครัฐสามารถทราบถึงทัศนคติและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะปฏิเสธการรับถุงพลาสติกในร้านค้าปลีกและสร้างนโยบายบังคับหรือสนับสนุนภาคเอกชนหรือประชาชนทั่วไป เพื่อให้เกิดพฤติกรรมปฏิเสธการรับถุงพลาสติกเพิ่มมากขึ้น

1.6.3 ผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลงานวิจัยนี้ เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและแรงจูงใจประเภทการมุ่งเน้นการควบคุมของผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมเพื่อให้เกิดพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมต่อไป

1.7 นิยามคำศัพท์

1.7.1 ทักษะคติ (Attitude) คือ ผลสรุปของการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล วัตถุ ความคิด ฯลฯ ซึ่งบ่งชี้ว่าสิ่งนั้นดีหรือไม่ดี น่าพอใจหรือไม่น่าพอใจ ชอบหรือไม่ชอบ และเป็นประโยชน์หรือไม่เป็นประโยชน์ (Eagly & Chaiken, 1993; Petty, Wagener, & Fabrigar, 1997)

1.7.2 ทักษะคติด้านความคิด (Cognitive Attitude) คือ การประเมินคน วัตถุ สิ่งของ สถานที่ หรือเหตุการณ์ ด้วยทักษะคติที่ออกมาจากความคิด หรือความเข้าใจของบุคคล (Eagly et al., 1994)

1.7.3 ทักษะคติด้านอารมณ์ (Affective Attitude) คือ การประเมินคน วัตถุ สิ่งของ สถานที่ หรือเหตุการณ์ ด้วยทักษะคติที่ออกมาจากความรู้สึกและอารมณ์ของบุคคล

1.7.4 การมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) คือ ระบบการกระตุ้นอย่างหนึ่งที่ไว้ใช้อธิบายว่า มนุษย์จะกระตุ้นตัวเองให้ทำตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีลักษณะการควบคุมตัวเองที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการเลี้ยงดูของพ่อแม่และสถานการณ์ต่างๆ ลักษณะการมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) สามารถจำแนกได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน (Prevention Focus) และการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus)

1.7.5 การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน (Prevention Focus) คือ การควบคุมตัวเองให้อยู่ในพื้นที่ที่ปลอดภัย กล่าวคือ บุคคลจะควบคุมตนเองให้อยู่ห่างจากความผิดพลาด ความล้มเหลว หรือบทลงโทษอันเกิดจากการไม่ทำตามหน้าที่หรือคำสั่ง ดังนั้นบุคคลประเภทนี้จะมองแต่ผลลัพธ์ด้านลบและความผิดพลาดหรือความล้มเหลว เพื่อลดการสูญเสียบางสิ่งบางอย่าง เช่น ถ้าเด็กนักเรียนคนหนึ่งรู้สึกว่าการหนีเรียนทำให้เขาสูญเสียความรักจากคุณครูซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ต้องการ เด็กนักเรียนก็จะไม่หนีเรียน เพื่อให้คุณครูยังรักเด็กนักเรียนต่อไป เป็นต้น

1.7.6 การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) คือ การควบคุมตัวเองเพื่อให้ได้รับรางวัลหรือความสำเร็จ กล่าวคือ บุคคลประเภทนี้เป็นพวกมีอุดมคติในตัวเอง มักจะตั้งเป้าหมาย ความฝัน หรือความหวังไว้และพยายามทำให้มันสำเร็จ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนหรือรางวัลจากการบรรลุผลนั้น ดังนั้นบุคคลประเภทนี้จะมองแต่ความสำเร็จหรือผลลัพธ์ด้านบวก เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์อย่างสูงสุด เช่น เด็กนักเรียนคนหนึ่งต้องการคะแนนพิเศษจากคุณครู ก็จะพยายามทำตามสิ่งที่คุณครูต้องการ เพื่อให้ตัวเองได้คะแนนนั้นมา และมีผลรวมคะแนนมากขึ้น เป็นต้น

1.7.7 ความตั้งใจเชิงจริยธรรม (Ethical Intention) คือ การตัดสินใจว่าจะแสดงออกพฤติกรรมที่อยู่บนพื้นฐานการประเมินอย่างมีศีลธรรม (Jones, 1991)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ทบทวนวรรณกรรม)

ในการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ด้วยทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)” ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาวางกรอบงานวิจัย โดยเริ่มจากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถัดมาจึงศึกษาทัศนคติด้านความคิด (Cognitive Attitude) และทัศนคติด้านอารมณ์ (Affective Attitude) ที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม (เช่น การปฏิเสธการรับถุงพลาสติก) จากนั้นได้เพิ่มตัวแปรคั่นกลางเรื่องการมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน (Prevention Focus) และการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) เพื่อศึกษาว่าตัวแปรดังกล่าวจะช่วยกระตุ้นให้บุคคลทำตามเป้าหมายมากขึ้นหรือไม่ โดยกำหนดให้การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน (Prevention Focus) เป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านความคิด (Cognitive Attitude) และความตั้งใจเชิงจริยธรรม ในขณะที่กำหนดให้การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) เป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์ (Affective Attitude) และความตั้งใจเชิงจริยธรรม

2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีจะศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ โดยผลงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ระบุว่า ผู้หญิงมักจะให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ชาย อย่างเช่นในงานวิจัยของ Hunter et al. ที่ให้ข้อสรุปว่า ผู้หญิงจะมีพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ชาย อย่างเช่น การรีไซเคิล การเลือกซื้อสินค้าอินทรีย์(สินค้าปลอดสารพิษ) และลดการใช้รถยนต์ ซึ่งคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ Blocker et al. (2015) ที่ค้นพบว่า ผู้หญิงจะแสดงความกังวลต่อความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ชาย และจะใช้ชีวิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ชาย (Bronfman et al, 2015) นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Goldberg et al. (2018) ก็ให้ผลการวิจัยว่า ผู้หญิงมีการกระทำที่ปกป้องสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

งานวิจัยก่อนหน้านี้ยังได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านอายุกับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บางงานวิจัยให้ผลการศึกษาว่า คนที่มีอายุมากขึ้นจะมีความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ในขณะที่บางงานวิจัยบอกว่า กลุ่มคนที่มีอายุน้อยจะแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมได้ดีกว่า (Bronfman et al, 2015)

สำหรับปัจจัยด้านการศึกษาก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่หลายงานวิจัยมักจะใช้ศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะมองว่า คนที่มีการศึกษาสูงมากขึ้นจะมีความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม และยินดีที่จะแสดงพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่า (Bronfman et al, 2015) เพราะพวกเขาได้รับการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่อันตรายต่อสิ่งแวดล้อมจากในโรงเรียนแล้ว (Chen et al., 2011)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความแตกต่างทางเพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมหรือความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกในกลุ่มประชากรคนไทย

สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างทางเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม

2.2 ทศนคติกับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Pro-environmental behavior)

Steg and Vlek (2009, p.309) ให้คำนิยามของ พฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ pro-environmental behavior ไว้ว่า “พฤติกรรมที่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือแม้แต่การเอาประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด” ในงานวิจัยอดีตเคยมีการศึกษาว่า พฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (pro-environmental behavior) เกิดจากความรู้ในเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยเชื่อว่าความรู้สามารถกระตุ้นให้เกิดความตระหนักและความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อม และเกิดพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในที่สุด ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจความหมายของ พฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่ไม่ได้เกิดการกระทำหรือมีพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นั้นหมายความว่า การรับรู้สิ่งเร้าจากภายนอกเพียงอย่างเดียวยังไม่พอ ยังต้องมีปัจจัยแรงขับที่สำคัญ อย่างเช่น อิทธิพลทางทัศนคติและอิทธิพลจากบรรทัดฐานทางสังคม (Park & Ha, 2011) ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior หรืออักษรย่อ TPB) ของ Ajzen (1991) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในงานวิจัยต่างประเทศ เพื่อใช้ทำนายพฤติกรรมต่างๆ โดยนำเสนอว่าพฤติกรรมมนุษย์จะอธิบายได้จากความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ (Bronfman et

al., 2015) ดังนั้นการศึกษานี้จึงหยิบยก “ทัศนคติ” เป็นปัจจัยที่จะใช้สำรวจในหมู่คนไทยว่า คนไทยมีทัศนคติแบบใดที่จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจให้เกิดพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตามคำนิยามของ Allport (1968) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง “สภาวะความพร้อมทางจิตและประสาทที่จะโต้ตอบได้ เกิดจากประสบการณ์ซึ่งจะเป็นแรงที่จะกำหนดทิศทาง หรือมีผลในการเปลี่ยนแปลงของการสนองตอบของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ บุคคล หรือสถานการณ์” หรืออีกนัยหนึ่งคือ ถ้ามนุษย์ได้รับประสบการณ์ที่ดี ก่อให้เกิดความคิดที่ดี ความรู้สึกที่ดี และนำไปสู่การแสดงออกหรือมีพฤติกรรมที่ดี ในทางตรงกันข้าม ถ้ามนุษย์ได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดี ก็นำไปสู่ความคิดที่อคติ ความรู้สึกต่อต้าน และนำไปสู่การแสดงออกหรือมีพฤติกรรมด้านลบ จากที่กล่าวไปจึงสอดคล้องกับองค์ประกอบของทัศนคติที่เกิดขึ้นจาก 3 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่

1) องค์ประกอบทางความคิด (Cognitive Component) : มาจากความคิด ความเชื่อ และการรับรู้ต่อสิ่งเร้า เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สภาพการณ์หรืออื่น ๆ

2) องค์ประกอบทางความรู้สึก (Affective Component) : คือ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ สภาพการณ์หรืออื่น ๆ

3) องค์ประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral Component) : คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบทางความคิด และความรู้สึก

ในการศึกษาของ Park & Ha (2012) ก็ได้้นำปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ทัศนคติด้านความคิด (Cognitive Attitude) และทัศนคติด้านอารมณ์ (Affective Attitude) บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) และบรรทัดฐานส่วนบุคคล (Personal Norm) มาศึกษาเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ถ้าให้วิเคราะห์ตามองค์ประกอบของทัศนคติ ผู้วิจัยมองว่า พฤติกรรมเกิดจากองค์ประกอบทางความคิดและองค์ประกอบทางความรู้สึกหรืออารมณ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรเกี่ยวกับทัศนคติด้านความคิด (Cognitive Attitude) และทัศนคติด้านอารมณ์ (Affective Attitude) จากงานวิจัยของ Park & Ha มาเป็นตัวแปรอิสระในการศึกษาครั้งนี้

2.3 ความตั้งใจเชิงจริยธรรมกับพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Pro-environmental behavior)

พฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Pro-environmental behavior) ยังถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกหรือกระทำในระดับจิตสำนึกที่มีเป้าหมาย เพื่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น ดังนั้นพฤติกรรมนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอตามสิ่งเร้าทั้งภายนอกและภายในจิตใจของบุคคลนั้นๆ ดังนั้นพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงถูกจัดว่าเป็นพฤติกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับ

คุณธรรม จริยธรรม หรือหลักศีลธรรมด้วย จึงเห็นได้ว่า พฤติกรรมสิ่งแวดล้อมมิได้เป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้ง่ายๆ นี่ก็เป็นที่มาของคำตอบง่าย ๆ ที่ว่า เพราะเหตุใดบางคนมีและบางคนไม่มีพฤติกรรมสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ พฤติกรรมสิ่งแวดล้อมจึงถูกจัดให้เป็นพฤติกรรมจริยธรรมทางสิ่งแวดล้อม (ethically environmental behavior) (หนังสือคนเราตัดสินใจเพื่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร, 2558)

ก่อนที่มนุษย์จะแสดงออกพฤติกรรมใดๆออกมา ย่อมเกิดมาจากความตั้งใจก่อน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของพฤติกรรมวางแผนของ Ajzen (1991) ที่กล่าวว่า การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ จะได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) (สุรเมศวร์ พิริยะวัฒน์, สรวิศ นฤปิติ, ธิษณ์ย์ พุทธิพงษ์, ม.ป.ป)

และหลายงานวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมของผู้บริโภคก่อนหน้านี้ก็ได้ใช้ความตั้งใจเชิงจริยธรรมเป็นตัวแทนในการศึกษาพฤติกรรมเชิงจริยธรรมที่แท้จริง (Actual Ethical Behavior) ถึงแม้ว่าพลังการทำนายของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมสู่พฤติกรรมที่แท้จริงยังเป็นข้อสงสัย (Zou & Chan, 2019) แต่ก็ช่วยให้นักวิจัยสามารถเข้าใจผู้บริโภคในเชิงลึกได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงหยิบยก “ความตั้งใจเชิงจริยธรรม (Ethical Intention)” มาเป็นตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้

จากการทบทวนงานวิจัยเรื่องทัศนคติ และความตั้งใจเชิงจริยธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้วิจัยสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติด้านความคิด และทัศนคติด้านอารมณ์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม

2.4 แนวคิดทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)

นักจิตวิทยาในอดีตส่วนใหญ่มักจะยึดถือว่า พฤติกรรมมนุษย์จะทำตามหลักการ “สุขนิยม” (Hedonism) คือ มีแนวโน้มที่จะเพิ่มความสุขและลดความเจ็บปวดให้ตนเอง และจะแสดงออกอยู่บนพื้นฐานของกฎที่ว่า “หลีกเลี่ยงความเจ็บปวดและไล่ตามความสุข” แต่ Higgins (1997) ได้แย้งว่า หลักการ “สุขนิยม” (Hedonism) ไม่สามารถใช้อธิบายความแตกต่างในการใช้กลยุทธ์ “หลีกเลี่ยงความเจ็บปวดและไล่ตามความสุข” ในพฤติกรรมมนุษย์ได้ จึงได้นำเสนอทฤษฎีใหม่ที่เรียกว่า “ทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)” เพื่อใช้อธิบายแรงจูงใจของมนุษย์ ซึ่งทฤษฎีนี้จะเกี่ยวข้องกับธรรมชาติและขนาดของประสบการณ์ทางอารมณ์ของมนุษย์ และอาจช่วยในการอธิบายถึงเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของมนุษย์ได้ (Cui & Ye, 2019)

ตามแนวคิดทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม ได้กล่าวไว้ว่า การดำรงอยู่ของมนุษย์ขึ้นอยู่กับความต้องการพื้นฐาน 2 อย่าง คือ ความต้องการความปลอดภัย และความต้องการการเติบโต ซึ่งความต้องการทั้ง 2 อย่างนี้ ทำให้เกิดระบบการควบคุมตนเองที่แตกต่างกัน 2 แบบ ดังนี้

1. ระบบควบคุมตนเองที่เกี่ยวข้องกับความต้องการความปลอดภัย หรือเรียกอีกอย่างว่าการมุ่งเน้นเชิงป้องกัน (Prevention Focus) คือ บุคคลจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางบวกเพื่อหลีกเลี่ยงการลงโทษ หรืออีกนัยหนึ่งคือ กลุ่มบุคคลที่มีลักษณะการมุ่งเน้นเชิงป้องกันจะเป็นคนที่ระมัดระวังการกระทำต่างๆที่ทำให้เกิดความผิดพลาด ความล้มเหลว หรือผลกระทบด้านลบอื่นๆ เพื่อให้ตัวเองปลอดภัยและลดการสูญเสียจากสิ่งที่ไม่ควรเกิดขึ้น กลุ่มคนในลักษณะนี้เป็นพวกอนุรักษ์นิยมและพอเพียง และจะสนใจแต่เรื่องภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ

2. ระบบควบคุมที่เชื่อมโยงกับการอบรมเลี้ยงดู หรือเรียกอีกอย่างว่าการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) คือบุคคลจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางบวกเพื่อให้ได้รับรางวัลหรืออีกนัยหนึ่งคือ กลุ่มบุคคลที่มีลักษณะการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนจะเป็นคนที่มีอุดมคติในตัวเอง มักจะพยายามทำตามเป้าหมาย ความฝันและความหวังที่ตั้งไว้ให้สำเร็จ เพื่อให้ตัวเองได้รับรางวัลหรือประโยชน์จากความสำเร็จเหล่านั้น กลุ่มคนในลักษณะนี้จะมีความทะเยอทะยาน ให้ความสนใจในเรื่องการเติบโตหรือการพัฒนาและการตระหนักรู้ตนเอง

ความต้องการความปลอดภัยและความต้องการการเติบโตเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากภายในบุคคล ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการเลี้ยงดูของพ่อแม่และสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นรอบตัว โดยพ่อแม่ที่สนใจเรื่องการพัฒนาการความต้องการการเติบโตของเด็ก ด้วยการให้รางวัลบ่อยๆ เมื่อเด็กทำตามเป้าหมายได้สำเร็จ เด็กก็จะมีลักษณะมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนมากขึ้น ในขณะที่พ่อแม่อีกแบบสนใจเรื่องการป้องกันเด็กให้ออกจากสิ่งอันตรายหรือความไม่ปลอดภัย เน้นย้ำเรื่องหน้าที่และความรับผิดชอบ เด็กก็จะมีลักษณะมุ่งเน้นเชิงป้องกันมากขึ้น

ในด้านอิทธิพลจากสถานการณ์ต่างๆ จะทำให้บุคคลเกิดการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ โดยการชักนำของสถานการณ์ที่ไปเน้นย้ำเรื่องความต้องการการเติบโต การตระหนักรู้ในอุดมคติของตนเอง และผลประโยชน์ที่จะได้รับ ก็จะทำให้บุคคลนั้นมีลักษณะมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนเกิดขึ้น ในทางตรงกันข้าม การชักนำของสถานการณ์ที่ไปเน้นย้ำเรื่องความปลอดภัย การแสดงออกต่อภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ หรือความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น ก็จะไปหล่อหลอมให้บุคคลนั้นมีลักษณะมุ่งเน้นเชิงป้องกัน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ลักษณะการมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) ของมนุษย์จะไปในทิศทางใดขึ้นอยู่กับอิทธิพลจากการเลี้ยงดูของพ่อแม่และสถานการณ์ที่พบเจอ ที่จะช่วยหล่อ

หลอมให้บุคคลแสดงความต้องการนั้นๆออกมาเพื่อการอยู่รอดในการดำรงชีวิต และส่งผลให้บุคคลมีวิธีการควบคุมตนเองและการบรรลุเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป

Higgins เชื่อว่า การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) คือ ผลลัพธ์ของคนที่มีอุดมคติที่แข็งแรง มองสถานการณ์ที่เกิดขึ้นว่าได้รับหรือไม่ได้รับอะไร (ตัวอย่างเช่น ถ้าคุณทำคะแนนได้มากกว่า 70% หรือจำตัวอักษรภาษาอังกฤษให้เยอะที่สุด คุณก็จะได้รับเงินรางวัล เป็นต้น) และมีความต้องการการเติบโตหรือการพัฒนา ในขณะที่ การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน (Prevention Focus) คือ ผลลัพธ์ของคนที่เชื่อฟังคำสั่งอย่างจริงจัง มองสถานการณ์ที่เกิดขึ้นว่าจะสูญเสียหรือไม่สูญเสียอะไร (ตัวอย่างเช่น ถ้าคุณทำคะแนนได้มากกว่า 70% หรือไม่ลืมตัวอักษรภาษาอังกฤษให้มากที่สุด คุณก็จะไม่สูญเสียเงินรางวัล) และมีความต้องการความปลอดภัย (Cui & Ye, 2017)

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม สรุปได้ว่า การมุ่งเน้นการควบคุมคือ เครื่องมืออย่างหนึ่งที่ไว้ใช้อธิบายว่าบุคคลจะมีกระบวนการไล่ตามเป้าหมาย ตั้งแต่การเลือกเป้าหมาย การดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย จนถึงผลของการบรรลุเป้าหมายอย่างไร (Johnson et al. 2010) เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการการควบคุมตนเองในรูปแบบต่างกัน (Higgins, 1997, 1998) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน บุคคลในกลุ่มนี้จะมีแรงจูงใจด้วยความต้องการการพัฒนาและการเติบโต จะพยายามพาตัวเองในปัจจุบันไปสู่ตำแหน่งในอุดมคติ (มาตรฐานตนเองจะขึ้นอยู่กับความปรารถนาและแรงบันดาลใจที่ทำให้พวกเขาอยากเป็นคนในอุดมคติ) และ 2) การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน บุคคลในกลุ่มนี้จะตอบสนองต่อความต้องการความปลอดภัย จะพยายามพาตัวเองในปัจจุบันไปสู่ตำแหน่งที่ควรจะเป็น โดยกระทำเป็นขั้นเป็นตอน และดำเนินขั้นตอนเหล่านั้นอย่างปลอดภัย (มาตรฐานตนเองจะขึ้นอยู่กับหน้าที่และความรับผิดชอบ)

2.5 อิทธิพลทางอ้อมเมื่อมีตัวแปรคั่นกลาง (Mediation Effect) ของทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)

จากงานวิจัยของ Zou & Chan (2019) ได้มีการทดสอบอิทธิพลของการมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม (Ethical Intention) ผ่านตัวแปรคั่นกลางของอุดมการณ์ทางจริยธรรม (Ethical Ideology) โดยกำหนดให้การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน (Prevention Focus) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม ผ่านตัวแปรคั่นกลางของอุดมคติเชิงจริยธรรม (Ethical idealism) และการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมผ่านตัวแปรคั่นกลางของความสัมพัทธ์เชิงจริยธรรม (Ethical relativism) ซึ่งผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรคั่นกลางของอุดมคติเชิงจริยธรรมสามารถช่วยถ่ายทอดอิทธิพลของการมุ่งเน้นเชิงป้องกันที่มีต่อ

ความตั้งใจเชิงจริยธรรมได้ และตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์เชิงจริยธรรม สามารถช่วยถ่ายทอดอิทธิพลของการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวทางการวิจัยนี้ของ Zou & Chan (2019) มาทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านความคิด และทัศนคติด้านอารมณ์ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม โดยมีทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุมเป็นแรงกระตุ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

งานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักจะใช้แรงจูงใจ “การมุ่งเน้นการควบคุม” เป็นตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) ที่เข้ามาร่วมมือกับตัวแปรอิสระเพื่อเปลี่ยนแปลงอิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตาม อย่างไรก็ตามผู้วิจัยต้องการทดสอบประสิทธิภาพของทฤษฎี และเปลี่ยนวิธีการศึกษา ผู้วิจัยจึงมองว่า การมุ่งเน้นการควบคุมสามารถเป็นตัวแปรคั่นกลาง (Mediation Variable) ที่จะช่วยถ่ายทอดอิทธิพลของตัวแปรอิสระสู่ตัวแปรตามได้

จากการค้นคว้างานวิจัยต่างๆ ทัศนคติด้านความคิด (Cognitive Attitude) คือ การประเมินผลต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ด้วยความคิดอย่างมีเหตุผล ดังนั้นถ้าบุคคลที่มีทัศนคติด้านความคิด จะต้องเลือกการกระทำบางอย่าง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีเหตุผล เป็นขั้นเป็นตอน ต้องอาศัยแรงกระตุ้นที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายด้วย การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน ซึ่งจะช่วยรักษาตนเองให้พ้นจากความผิดพลาดหรือความล้มเหลว ดำเนินการตามความรับผิดชอบและหน้าที่ เพื่อไปสู่เป้าหมายหรือความตั้งใจเชิงจริยธรรมได้อย่างปลอดภัย ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน จะช่วยถ่ายทอดอิทธิพลจากทัศนคติด้านความคิดไปสู่ความตั้งใจเชิงจริยธรรมได้

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน มีความสัมพันธ์ในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างทัศนคติด้านความคิดและความตั้งใจเชิงจริยธรรม

ในขณะที่ทัศนคติด้านอารมณ์ (Affective Attitude) คือ การประเมินผลต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ด้วยความรู้สึกหรืออารมณ์ว่า ชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี ดังนั้นถ้าบุคคลที่มีทัศนคติด้านอารมณ์ จะต้องเลือกการกระทำบางอย่าง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามความรู้สึก และอาศัยแรงกระตุ้นที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายด้วยการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนซึ่งเป็นการมุ่งเน้นสู่เป้าหมายด้วยแรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นในตัวเอง จะมีความทะเยอทะยาน ไขว่คว้าทุกโอกาสที่เกี่ยวข้อง ไม่สนใจว่าจะมีความเสี่ยงอะไรบ้าง เพราะมองเห็นถึงผลประโยชน์ที่ได้รับเป็นหลักในการบรรลุเป้าหมาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนจะช่วยถ่ายทอดอิทธิพลจากทัศนคติด้านอารมณ์ไปสู่ความตั้งใจเชิงจริยธรรมได้มากขึ้น

สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน มีความสัมพันธ์ในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์และความตั้งใจเชิงจริยธรรม

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ด้วยทฤษฎี มุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) กับกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่อาศัยอยู่ใน ประเทศไทยและเคยไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket), และร้านสะดวกซื้อต่างๆในประเทศไทย จำนวน 415 ตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการ วิจัย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย และนำเสนอเป็นส่วนๆ ดังนี้

- 3.1 ประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีอายุ 18 ปีขึ้นไป มีที่อยู่อาศัยในประเทศไทยและเคยไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket), และร้านสะดวกซื้อต่างๆในประเทศไทย ได้แก่ 7-Eleven, Tops Supermarket, Home Fresh Mart, Gourmet Market, Foodland Supermarket, Villa Market, Big C supercenter, Tesco Lotus ฯลฯ

3.1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ตัวแทนของประชากรชาวไทยที่เคยไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket), และร้านสะดวกซื้อต่างๆในประเทศไทย ได้แก่ 7-Eleven, Tops Supermarket, Home Fresh Mart, Gourmet Market, Foodland Supermarket, Villa Market, Big C supercenter, Tesco Lotus ฯลฯ และเนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน, สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างเทียบกับจำนวนประชากร และค่าความแปรปรวน ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Cochran (Cochran, 1977 อ้างใน ชีรวุฒิเอกะกุล, 2543) โดยมีสูตรดังนี้

$$\text{สูตร } n = \left(\frac{Z}{2E} \right)^2$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการใช้ในการวิจัย

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (กำหนดให้ $p = 0.5$)

Z = ค่าที่ระดับความเชื่อมั่น (กำหนดที่ 95%) หรือ ระดับนัยสำคัญ (อยู่ที่ 0.05) โดย Z มีค่าเท่ากับ 1.96

E = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (กำหนดขนาดของความคลาดเคลื่อนที่ 5% หรือ 0.05)

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \left(\frac{1.96}{2 \times 0.05} \right)^2$$

$$n = 384.16$$

จากการแทนค่าสูตรของ Cochran ข้างต้น คำนวณออกมาได้ 384.16 หรือประมาณ 384 หมายความว่า จำนวนประชากรที่ต้องเก็บข้อมูลต้องมีอย่างน้อยจำนวน 384 คน สำหรับระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือร้อยละ 95 โดยมีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ไม่เกิน 5% หรือร้อยละ 5 อย่างไรก็ตามเพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะเก็บตัวอย่างจำนวน 415 คน

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ได้ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) หรือใช้หลักความ “บังเอิญ” สำหรับกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และเคยไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket), และร้านสะดวกซื้อต่างๆในประเทศไทย จำนวน 415 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire)

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคำถามทั้งหมดเป็นคำถามปลายปิด (Closed-response Question) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก (Multiple choices) และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว

คำถามแต่ละข้อจะมีระดับการวัด ดังนี้

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
5. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับด้านพฤติกรรมกรรมการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก เพื่อทราบถึงพฤติกรรมกรรมการรับถุงพลาสติกและไม่รับถุงพลาสติกของกลุ่มตัวอย่าง โดยคำถามจะเกี่ยวกับร้านค้าปลีกใดที่ไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านมากที่สุด ความถี่ในการไปซื้อสินค้า วิธีการเดินทางไปซื้อสินค้า จำนวนถุงพลาสติกที่รับและไม่รับถุงพลาสติก สาเหตุที่รับถุงพลาสติก การจัดการถุงพลาสติกที่ได้รับ และสาเหตุที่ไม่รับถุงพลาสติก คำถามแต่ละข้อเป็นคำถามปลายปิด (Closed-response Question) ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ จำนวน 3 ข้อใหญ่ และผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวน 3 ข้อย่อย และคำถามแต่ละข้อจะเป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการวัดทัศนคติด้านความคิดและทัศนคติด้านอารมณ์ โดยดัดแปลงกลุ่มคำถามมาจาก (Park & Ha, 2012) ลักษณะคำถามที่ใช้ในส่วนนี้เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้มาตรการประเมินตัววัดเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความคิดเห็น 7 ระดับ ตามแบบ Semantic Differential Scale หรือสเกลความแตกต่างทางความหมาย จำนวน 2 ข้อใหญ่ 5 ข้อย่อย

ระดับคะแนนของข้อคำถามตามระดับความสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีมาตรวัดแบบ Semantic Differential Scale มี 7 ระดับ ดังนี้ -3 หมายถึง ระดับที่น้อยที่สุด, -2 หมายถึง ระดับที่น้อย, -1 หมายถึง ระดับที่ค่อนข้างน้อย, 0 หมายถึง ระดับกลาง, 1 หมายถึง ระดับที่ค่อนข้างมาก, 2 หมายถึง ระดับที่มาก, 3 หมายถึง ระดับที่มากที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการวัดแรงจูงใจประเภทมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) และความตั้งใจเชิงจริยธรรม โดยดัดแปลงกลุ่มคำถามมาจาก (Zou & Chan, 2019) ลักษณะคำถามที่ใช้ในส่วนนี้เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้มาตรการประเมินตัววัดเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) จำนวน 9 ข้อ

ระดับคะแนนของข้อคำถามตามระดับความสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้ 5 หมายถึง ระดับที่มีความเห็นด้วยมากที่สุด, 4 หมายถึง ระดับที่มีความเห็นด้วย, 3 หมายถึง ระดับที่ปานกลาง, 2 หมายถึง ระดับที่ไม่มีความเห็นด้วย, 1 หมายถึง ระดับที่ไม่มีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้หลักความบังเอิญ จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนคนไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีที่อยู่อาศัยในประเทศไทย และเคยไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket), และร้านสะดวกซื้อต่างๆในประเทศไทย จำนวน 415 ตัวอย่าง โดยเป็นข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ ข้อมูลพฤติกรรมมารับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก ข้อมูลด้านทัศนคติ แรงจูงใจประเภทมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) และความตั้งใจเชิงจริยธรรม ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ – มิถุนายน 2562 แบบสอบถามจะเผยแพร่ผ่าน Facebook ส่วนตัวตั้งค่าเป็นสาธารณะ, ส่งต่อไปยังกลุ่มครอบครัวและเพื่อนในชีวิตประจำวันผ่าน Line application และกลุ่มเพื่อนของเพื่อนๆที่เคยไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket), และร้านสะดวกซื้อต่างๆในประเทศไทย รวมถึงการเดินทางแบบสอบถามตามห้างสรรพสินค้าต่างๆใน จ. กรุงเทพฯ เพื่อให้มีโอกาสตอบแบบสอบถามของงานวิจัยนี้

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยค้นคว้าข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ เอกสารบทความ วารสารทางวิชาการ สิ่งตีพิมพ์ต่างๆ และข้อมูลที่สืบค้นทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งบันทึกแหล่งอ้างอิงเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษางานวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์และแบบสอบถามกระดาษจากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่เคยไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket), ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket), และร้านสะดวกซื้อต่างๆ ในประเทศไทย จำนวน 415 ตัวอย่าง ทางผู้วิจัยจะดำเนินการกับแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาได้ดังนี้

3.4.1 ดำเนินการคัดกรองแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

3.4.2 ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบครบถ้วนสมบูรณ์เท่านั้น

3.4.3 ทำการลงรหัสโดยนำข้อมูลของแบบสอบถามที่ตอบครบถ้วนสมบูรณ์ แยกตามตัวแปร ลงรหัส และบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์

3.4.4 ประมวลผลและวิเคราะห์ผลข้อมูลที่ได้ลงรหัสไว้แล้ว ผ่านโปรแกรม SPSS

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายเหตุผล โดยค่าสถิติที่ใช้คือความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มาอธิบายลักษณะข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก ด้านทัศนคติ ด้านแรงจูงใจประเภทมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) และด้านความตั้งใจเชิงจริยธรรม

3.5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม และตัวแปรคั่นกลาง ตาม

กรอบงานวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 1 ตัว กับตัวแปรตาม 1 ตัว และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 1 ตัว ตัวแปรคั่นกลาง 1 ตัว กับตัวแปรตาม 1 ตัว ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ด้วยทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)” โดยการแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook และ Line application เป็นต้น รวมถึงการเดินแจกแบบสอบถามกระดาษตามห้างสรรพสินค้าต่างๆใน จ. กรุงเทพฯ เพื่อให้ได้จำนวน 415 ตัวอย่าง จากนั้นทำการคัดกรองข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างมีอายุต่ำกว่า 18 ปี และตอบคำถามไม่ครบถ้วนออก ซึ่งสุดท้ายแล้วผู้วิจัยได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาคั้งนี้จำนวน 408 คน โดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลเป็นส่วนๆ ดังนี้

- 4.1 การนำเสนอข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ข้อมูลส่วนบุคคล)
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก
- 4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษากับความตั้งใจเชิงจริยธรรม
- 4.4 การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบงานวิจัย
- 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของทัศนคติด้านความคิด และทัศนคติด้านอารมณ์ ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม
- 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์และความตั้งใจเชิงจริยธรรม

4.1 การนำเสนอข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ข้อมูลส่วนบุคคล)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ได้รับแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนของข้อมูลทั้งหมดจำนวน 408 คน ซึ่งมีรายละเอียดของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังรายละเอียดในตารางด้านล่างต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	149	36.5
หญิง	259	63.5
รวม	408	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านเพศ ผู้วิจัยได้จำแนกเพศเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง จากการวิจัยพบว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 259 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 63.5 และเพศชาย มีจำนวน 149 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 36.5

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 18 ปี	0	0
19 - 38 ปี	194	47.5
39 - 54 ปี	144	35.3
55 - 73 ปี	70	17.2
74 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	408	100

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านอายุ ผู้วิจัยได้จำแนกอายุของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 18 ปี กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 19-38 ปี กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 39 - 54 ปี กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 55 - 73 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 74 ปีขึ้นไป จากการวิจัยพบว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 19-38 ปี จำนวน 194 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 39 - 54 ปี จำนวน 144 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 35.3 และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 55 - 73 ปี จำนวน 70 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 17.2 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 18 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 74 ปีขึ้นไป ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	188	46.1
สมรส	204	50
หย่าร้าง	12	2.9
อื่นๆ	4	1
รวม	408	100

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านสถานภาพ ผู้วิจัยได้จำแนกสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ สถานภาพโสด สถานภาพสมรส สถานภาพหย่าร้าง และสถานภาพอื่นๆ จากการวิจัยพบว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 204 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ กลุ่มคนที่มีสถานภาพโสด จำนวน 188 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 46.1 มีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 12 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 2.9 และมีสถานภาพอื่นๆ ได้แก่ มีแฟน และหม้าย เป็นต้น จำนวน 4 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	57	14
ปริญญาตรี	233	57.1
ปริญญาโท	105	25.7
ปริญญาเอก	13	3.2
รวม	408	100

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านการศึกษา ผู้วิจัยได้จำแนกระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก จากการวิจัยพบว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 233 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา คือ ระดับปริญญา

โท จำนวน 105 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 25.7 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 57 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 14 และระดับปริญญาเอก จำนวน 13 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	14	3.4
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	11.8
พนักงานบริษัทเอกชน	193	47.3
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	105	25.7
แม่บ้าน	38	9.3
อื่นๆ	10	2.5
รวม	408	100

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านอาชีพ ผู้วิจัยได้จำแนกอาชีพของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มอื่นๆ จากการวิจัยพบว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 193 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา คือ กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 105 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 25.7 กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 48 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 11.8 กลุ่มแม่บ้าน จำนวน 38 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 9.3 กลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 14 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 3.4 และกลุ่มอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ หมอพิน นักวิจัย เกษียณ เป็นต้น จำนวน 10 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	69	16.9
20,001 – 40,000 บาท	138	33.8
40,001 – 60,000 บาท	78	19.1
60,001 – 80,000 บาท	38	9.3
80,001 – 100,000 บาท	27	6.6
100,001 บาทขึ้นไป	58	14.2
รวม	408	100

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง – ด้านรายได้ ผู้วิจัยได้จำแนกระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท รายได้ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท รายได้ระหว่าง 40,001 – 60,000 บาท รายได้ระหว่าง 60,001 – 80,000 บาท รายได้ระหว่าง 80,001 – 100,000 บาท และรายได้ 100,001 บาทขึ้นไป จากการวิจัยพบว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 138 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ กลุ่มคนที่มีรายได้ระหว่าง 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 78 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 19.1 กลุ่มคนที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 69 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 16.9 กลุ่มคนที่มีรายได้มากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 58 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 14.2 กลุ่มคนที่มีรายได้ระหว่าง 60,001 – 80,000 บาท จำนวน 38 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 9.3 และกลุ่มคนที่มีรายได้ระหว่าง 80,001 – 100,000 บาท จำนวน 27 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 6.6 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก ประกอบไปด้วย ร้านค้าปลีกใดที่ไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านมากที่สุด ความถี่ในการไปซื้อสินค้า วิธีการเดินทางไปซื้อสินค้า จำนวนถุงพลาสติกที่รับและไม่รับถุงพลาสติก สาเหตุที่รับถุงพลาสติก การจัดการถุงพลาสติกที่ได้รับ และสาเหตุที่ไม่รับถุงพลาสติก โดยมีรายละเอียดในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ร้านค้าปลีกใดที่ไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านมากที่สุด

ร้านค้าปลีก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7-Eleven	185	45.3
Tops Supermarket	55	13.5
Home Fresh Mart	12	2.9
Gourmet Market	17	4.2
Foodland Supermarket	4	1
Villa Market	7	1.7
Big C supercenter	42	10.3
Tesco Lotus	72	17.6
อื่นๆ	14	3.4
รวม	408	100

จากตารางที่ 4.7 สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven มากที่สุด จำนวน 185 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือ ร้าน Tesco Lotus จำนวน 72 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 17.6 ร้าน Tops Supermarket จำนวน 55 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 13.5 ร้าน Big C Supermarket จำนวน 42 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 10.3 ร้าน Gourmet Market จำนวน 17 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 4.2 ร้านอื่นๆ ได้แก่ Makro, Max Value, Amway Shop และร้านขายของทั่วไป เป็นต้น จำนวน 14 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 3.4 ร้าน Home Fresh Mart จำนวน 12 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 2.9 ร้าน Villa Market จำนวน 7 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 1.7 และร้าน Foodland Supermarket จำนวน 4 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ตารางเปรียบเทียบระหว่างร้านค้าปลีกกับความถี่ในการไปซื้อสินค้า

ร้านค้าปลีก	ความถี่ในการไปซื้อสินค้า					รวม
	ทุกวัน	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	2-3 ครั้งต่อเดือน	1 ครั้งต่อเดือน	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	
7-Eleven	31.40%	57.80%	9.20%	1.60%	0%	100%
Tops						
Supermarket	0%	25.50%	52.70%	20.00%	1.80%	100%
Home Fresh Mart	0%	0%	58.30%	33.30%	8.30%	100%
Gourmet Market	0%	29.40%	35.30%	29.40%	5.90%	100%
Foodland Supermarket	0%	75.00%	25.00%	0%	0%	100%
Villa Market	28.60%	0%	42.90%	28.60%	0%	100%
Big C supercenter	0%	21.40%	50.00%	19.00%	9.50%	100%
Tesco Lotus	0%	8.30%	68.10%	22.20%	1.40%	100%
อื่นๆ	0%	28.60%	28.60%	42.90%	0%	100%
รวม	14.70%	36.30%	33.60%	13.50%	2.00%	100%

จากตารางที่ 4.8 ผู้วิจัยนำร้านค้าปลีกมาเปรียบเทียบกับความถี่ในการไปซื้อสินค้าที่ร้านค้า ด้วยวิธีการ Crosstabulation ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกความถี่ออกเป็น 5 ระดับ คือ ทุกวัน, 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์, 2-3 ครั้งต่อเดือน, 1 ครั้งต่อเดือน, และน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จากการวิเคราะห์ผลสามารถสรุปได้ว่า ความถี่ในการไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านของร้าน 7-Eleven และ Foodland Supermarket ส่วนใหญ่อยู่ที่ 2 -3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็น 57.80% และ 75% ตามลำดับ ในขณะที่ความถี่ในการไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านของร้าน Tops Supermarket, Home Fresh Mart,

Gourmet Market, Villa Market, Big C supercenter, และ Tesco Lotus ส่วนใหญ่อยู่ที่ 2-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็น 52.70%, 58.30%, 35.30%, 42.90%, 50%, และ 68.10% ตามลำดับ ในขณะที่ความถี่ในการไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านของร้านค้าอื่นๆ ได้แก่ Makro, Max Value, Amway Shop และร้านขายของทั่วไป เป็นต้น ส่วนใหญ่อยู่ที่ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็น 42.90%

ตารางที่ 4.9 ตารางเปรียบเทียบระหว่างร้านค้าปลีกกับวิธีการเดินทางไปซื้อสินค้า

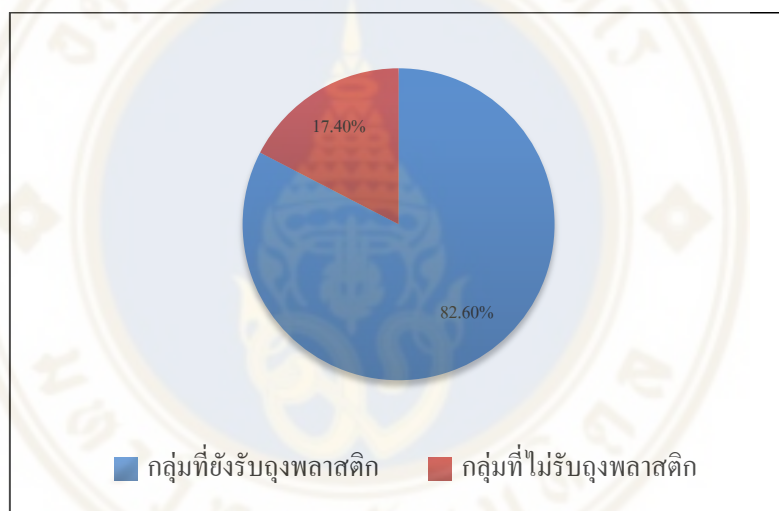
ร้านค้าปลีก	วิธีการเดินทาง							
	เดินเท้า	โดยจักรยาน/มอเตอร์ไซค์	โดยรถยนต์ส่วนตัว	โดยมอเตอร์ไซค์รับจ้าง	โดยแท็กซี่	โดยรถขนส่งสาธารณะ	อื่นๆ	รวม
7-Eleven	51.40%	13.50%	33.00%	1.10%	1.10%	0%	0%	100%
Tops Supermarket	18.20%	0%	72.70%	3.60%	0%	5.50%	0%	100%
Home Fresh Mart	0%	0%	83.30%	0%	0%	16.70%	0%	100%
Gourmet Market	11.80%	0%	82.40%	0%	0%	5.90%	0%	100%
Foodland Supermarket	25.00%	0%	50.00%	0%	25.00%	0%	0%	100%
Villa Market	28.60%	0%	42.90%	0%	0%	28.60%	0%	100%
Big C supercenter	2.40%	4.80%	81.00%	0%	0%	11.90%	0%	100%
Tesco Lotus	1.40%	12.50%	86.10%	0%	0%	0%	0%	100%
อื่นๆ	7.10%	14.30%	42.90%	0%	21.40%	7.10%	7.10%	100%
รวม	27.70%	9.30%	56.90%	1.00%	1.50%	3.40%	0.20%	100%

จากตารางที่ 4.9 ผู้วิจัยนำร้านค้าปลีกมาเปรียบเทียบกับวิธีการเดินทางไปซื้อสินค้า ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกวิธีการเดินทางออกเป็น 7 วิธี คือ วิธีเดินเท้า โดยจักรยาน/มอเตอร์ไซค์ส่วนตัว โดยรถยนต์ส่วนตัว โดยมอเตอร์ไซค์รับจ้าง โดยแท็กซี่ โดยรถขนส่งสาธารณะ และอื่นๆ จากการวิเคราะห์ผลสามารถสรุปได้ว่า วิธีการเดินทางไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านของร้าน 7-Eleven ส่วนใหญ่ใช้วิธีการเดินเท้า 51.40% ในขณะที่ร้าน Tops Supermarket, Home Fresh Mart, Gourmet Market, Foodland Supermarket, Villa Market, Big C supercenter, Tesco Lotus และร้านอื่นๆ ส่วนใหญ่ใช้วิธีการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 72.70%, 83.30%, 82.40%, 50.00%, 42.90%, 81.00%, 86.10%, และ 42.90% ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ตารางเปรียบเทียบระหว่างร้านค้าปลีกกับจำนวนถุงพลาสติกที่รับและไม่รับ
ถุงพลาสติก

ร้านค้าปลีก	จำนวนถุงที่รับจากร้านค้า				ไม่รับ	
	1 – 2 ใบ	3 - 5 ใบ	6 - 10 ใบ	มากกว่า 10 ใบ	ถุงพลาสติก ก	รวม
7-Eleven	69.70%	5.90%	1.10%	1.10%	22.20%	100%
Tops Supermarket	20.00%	47.30%	10.90%	3.60%	18.20%	100%
Home Fresh Mart	16.70%	50.00%	25.00%	0%	8.30%	100%
Gourmet Market	29.40%	29.40%	11.80%	17.60%	11.80%	100%
Foodland Supermarket	25.00%	0%	0%	0%	75.00%	100%
Villa Market	85.70%	0%	0%	0%	14.30%	100%
Big C supercenter	2.40%	50.00%	31.00%	11.90%	4.80%	100%
Tesco Lotus	26.40%	31.90%	15.30%	19.40%	6.90%	100%
อื่นๆ	35.70%	14.30%	0%	7.10%	42.90%	100%
รวม	43.90%	23.00%	9.10%	6.60%	17.40%	100%

จากตารางที่ 4.10 ผู้วิจัยนำร้านค้าปลีกมาเปรียบเทียบกับจำนวนถุงที่รับจากร้านค้า ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกจำนวนถุงที่รับออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่รับ 1-2 ใบ, กลุ่มที่รับ 3 - 5 ใบ, กลุ่มที่รับ 6 - 10 ใบ, กลุ่มที่รับมากกว่า 10 ใบ และกลุ่มที่ไม่รับถุงพลาสติก จากการวิเคราะห์ผลสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับถุงพลาสติกจากร้าน 7-Eleven และ Villa Market ครั้งละ 1 – 2 ใบ คิดเป็น 69.70% และ 85.70% ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับถุงพลาสติกจากร้าน Tops Supermarket, Home Fresh Mart, Big C supercenter และ Tesco Lotus ครั้งละ 3-5 ใบ คิดเป็น 47.30%, 50%, 50% และ 31.90% ตามลำดับ ร้าน Gourmet Market จะมีทั้งกลุ่มที่รับถุงพลาสติกครั้งละ 1 – 2 ใบ คิดเป็น 29.40% และกลุ่มที่รับถุงพลาสติกครั้งละ 3 - 5 ใบ คิดเป็น 29.40% เท่ากัน สำหรับร้าน Foodland Supermarket และร้านค้าอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่รับถุงพลาสติกเลย คิดเป็น 75% และ 42.90% ตามลำดับ



ภาพที่ 4.1 ภาพเปรียบเทียบสัดส่วนระหว่างกลุ่มที่รับถุงพลาสติกและกลุ่มที่ไม่รับถุงพลาสติก

นอกจากนี้ยังสามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังรับถุงพลาสติก 82.60% มากกว่ากลุ่มที่ไม่รับถุงพลาสติกซึ่งมีสัดส่วนเพียง 17.40%

ตารางที่ 4.11 สาเหตุที่ยังรับถุงพลาสติก

สาเหตุที่ยังรับถุงพลาสติก	ร้อยละ
ไม่กล้าปฏิเสธ	2.94%
เป็นการซื้อสินค้าแบบไม่ได้วางแผน	32.60%
อยากได้ถุงพลาสติกเพื่อนำไปใส่ขยะหรืออื่นๆ	39.46%
ลืมพกถุงพลาสติกหรือถุงผ้า	21.81%
ไม่สะดวกพกถุงพลาสติกหรือถุงผ้า	13.73%
จำนวนถุงพลาสติกหรือถุงผ้าที่พกไปไม่พอใช้	7.11%
อื่นๆ	4.17%

จากตารางที่ 4.11 พบว่าสาเหตุหลักของกลุ่มตัวอย่างที่ยังเลือกรับถุงพลาสติก คือ อยากได้ถุงพลาสติกเพื่อนำไปใส่ขยะหรืออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 39.46 รองลงมา คือ มีสาเหตุมาจากการซื้อสินค้าแบบไม่ได้วางแผน คิดเป็นร้อยละ 32.60 ลืมพกถุงพลาสติกหรือถุงผ้า คิดเป็นร้อยละ 21.81 ไม่สะดวกพกถุงพลาสติกหรือถุงผ้า คิดเป็นร้อยละ 13.73 จำนวนถุงพลาสติกหรือถุงผ้าที่พกไปไม่พอใช้ คิดเป็นร้อยละ 7.11 สาเหตุอื่นๆ ได้แก่ สินค้าเปื่อย สินค้ามีขนาดไม่เท่ากัน ไม่เสียเงินค่าถุง พนักงานหยิบใส่ถุงพลาสติกให้เอง สินค้ามีชิ้นใหญ่ถือไม่สะดวก เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 4.17 และไม่กล้าปฏิเสธ คิดเป็นร้อยละ 2.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 การจัดการถุงพลาสติกที่ได้รับ

การจัดการถุงพลาสติกที่ได้รับ	ร้อยละ
ทิ้งลงถังขยะ	7.11%
ทำเป็นถุงขยะ	75.74%
พับถุงเตรียมไว้สำหรับการไปซื้อครั้งต่อไป	13.48%
เก็บไว้สำหรับขนย้ายสินค้าอื่นๆ	27.94%
อื่นๆ	1.47%

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะจัดการถุงพลาสติกที่ได้รับมาด้วยการทำเป็นถุงขยะ คิดเป็นร้อยละ 75.74 รองลงมา คือ นำถุงพลาสติกไปเก็บไว้สำหรับขนย้ายสินค้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 27.94 นำถุงพลาสติกไปพับเตรียมไว้สำหรับการไปซื้อสินค้าครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 13.48

นำถุงพลาสติกไปทิ้งลงถังขยะ คิดเป็นร้อยละ 7.11 และนำถุงพลาสติกไปทำอย่างอื่น ได้แก่ ใช้ใส่สินค้าให้ลูกค้าต่อ และใส่ของใช้ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 1.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 สาเหตุที่ไม่รับถุงพลาสติก

สาเหตุที่ไม่รับถุงพลาสติก	ร้อยละ
อยากช่วยลดขยะจากถุงพลาสติก	13%
เตรียมถุงพลาสติกที่เหลือใช้หรือถุงผ้ามาเอง	6%
สะสมแต้ม	4%
แลกรับส่วนลด	1%
ต้องการเปลี่ยนถุงพลาสติกเป็นเงินบริจาคแทน	2%
ร้านค้าคิดค่าถุงพลาสติก	0%
อื่นๆ	2%

จากตารางที่ 4.13 พบว่าสาเหตุหลักของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกไม่รับถุงพลาสติก คือ อยากช่วยลดขยะจากถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมา คือ เตรียมถุงพลาสติกที่เหลือใช้หรือถุงผ้ามาเอง คิดเป็นร้อยละ 6 สะสมแต้ม คิดเป็นร้อยละ 4 ต้องการเปลี่ยนถุงพลาสติกเป็นเงินบริจาคแทน คิดเป็นร้อยละ 2 สาเหตุอื่นๆ ได้แก่ ชื้อสินค้าน้อยชิ้นหรือชิ้นเล็กก็ไม่จำเป็นต้องใช้ถุง สามารถใส่ในกระเป๋าถือ/กระเป๋าสะพายติดตัวได้, ไซ้ของที่ซื้อเลย, สินค้าถือสะดวก, นำสินค้าใส่รถเข็นขนไปที่รถได้เลย เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 2 และแลกรับส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ ส่วนร้านค้าคิดค่าถุงพลาสติก ยังไม่มีผู้ตอบในงานวิจัยนี้

4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษากับความตั้งใจเชิงจริยธรรม

ในข้อสมมติฐานที่ 1 ต้องการทดสอบความแตกต่างด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม ปัจจัยด้านเพศทำการทดสอบด้วย Independent-samples t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของเพศ จากผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างของเพศกับความตั้งใจเชิงจริยธรรมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) โดยเพศหญิง (Mean = 3.9459, SD

= 0.76339) มีความตั้งใจเชิงจริยธรรมมากกว่าเพศชาย (Mean = 3.7181, SD = 0.87656) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Goldberg et al. (2018)

ปัจจัยด้านอายุ ผู้วิจัยทำการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova) เพื่อทดสอบความแตกต่างด้านอายุ ซึ่งในงานวิจัยได้แบ่งกลุ่มอายุออกเป็น 5 กลุ่ม (กลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 18 ปี, กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 19-38 ปี, กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 39 - 54 ปี, กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 55 - 73 ปี, และกลุ่มที่มีอายุ 74 ปีขึ้นไป) จากผลการศึกษาพบว่า อายุที่แตกต่างกันในกลุ่มคนไทยไม่มีผลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมที่แตกต่างกัน ($F = 2.914, df = 2, 405, ns$)

ส่วนปัจจัยด้านการศึกษา ผู้วิจัยทำการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova) อีกครั้ง เพื่อทดสอบความแตกต่างด้านระดับการศึกษา ซึ่งในงานวิจัยได้แบ่งกลุ่มระดับการศึกษาออกเป็น 4 กลุ่ม (กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าปริญญาตรี, กลุ่มที่ 2 ปริญญาตรี, กลุ่มที่ 3 ปริญญาโท และกลุ่มที่ 4 ปริญญาเอก) จากผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันทำให้มีความตั้งใจเชิงจริยธรรมที่แตกต่างกัน ($F = 3.891, df = 3, 404, p < 0.05$) โดยมีค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตารางที่ 4.14 จากค่าเฉลี่ยจะเห็นได้ว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาเอก จะมีความตั้งใจเชิงจริยธรรมมากที่สุด (Mean = 4.00, SD = 0.8819) และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโทจะมีความตั้งใจเชิงจริยธรรมน้อยที่สุด (Mean = 3.6635, SD = 0.8752)

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านการศึกษาและความตั้งใจเชิงจริยธรรม

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.7661	0.7126
ปริญญาตรี	3.9685	0.7878
ปริญญาโท	3.6635	0.8752
ปริญญาเอก	4.0000	0.8819

4.4 การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบงานวิจัย

ก่อนอื่นผู้วิจัยทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในกรอบงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ทศนคติด้านความคิด ทศนคติด้านอารมณ์ การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน และความตั้งใจเชิงจริยธรรม ด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และ Pearson Correlation และได้ผลลัพธ์ตามตารางที่ 4.15

จากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจะเห็นได้ว่า ตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นตัวแปรเกี่ยวกับการมุ่งเน้นเชิงป้องกัน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับตัวแปรเกี่ยวกับทัศนคติด้านความคิด ($r = 0.066$, ns)

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านความคิดและทัศนคติด้านความรู้สึกับความตั้งใจเชิงจริยธรรม

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1	2	3	4
1. ทัศนคติด้านความคิด	5.4493	0.80481				
2. ทัศนคติด้านอารมณ์	5.5074	0.84226	0.830**			
3. การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน	3.5343	0.6567	0.066	0.113*		
4. การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน	3.9216	0.63723	0.136**	0.173**	0.412**	
5. ความตั้งใจเชิงจริยธรรม	3.8627	0.81295	0.253**	0.308**	0.192**	0.328**

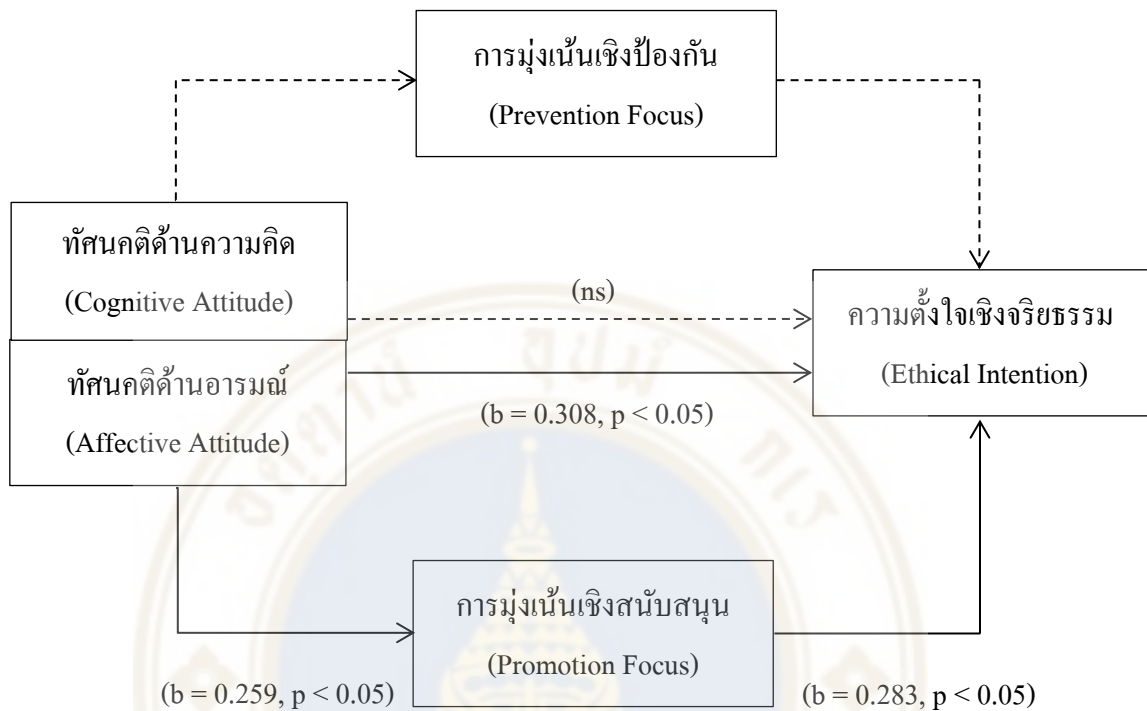
หมายเหตุ: ** $p < 0.01$ (2-tailed)

* $p < 0.05$ (2-tailed)

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของทัศนคติด้านความคิด และทัศนคติด้านอารมณ์ ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม

ผู้วิจัยทำการทดสอบอิทธิพลของทัศนคติด้านความคิด และทัศนคติด้านอารมณ์ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมโดยใช้ Multiple Linear Regression ผลการทดสอบพบว่า ทัศนคติด้านความคิดไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม ($b = -0.006$, ns) จึงทำให้ไม่สามารถศึกษาข้อสมมติฐานที่ 3 ต่อได้ จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบอิทธิพลของทัศนคติด้านอารมณ์ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมโดยใช้ Simple Linear Regression พบว่า ทัศนคติด้าน

อารมณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = 0.308, p < 0.05$) ตามภาพที่ 4.2 ดังนั้นสรุปได้ว่ามีเพียงทัศนคติด้านอารมณ์ที่สนับสนุนข้อสมมติฐานที่ 2



ภาพที่ 4.2 ภาพแสดงผลการทดสอบอิทธิพลระหว่างทัศนคติและการมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม

4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์และความตั้งใจเชิงจริยธรรม

ในข้อสมมติฐานที่ 4 ผู้วิจัยทำการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) ที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม ตามวิธีของ Baron and Kenny's (1986) ได้ผลวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.16 ที่แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ของทัศนคติด้านอารมณ์และความตั้งใจเชิงจริยธรรมลดลงจาก 0.308 เป็น 0.259 หรือลดลงไป 4.9% เมื่อมีตัวแปรคั่นกลางการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน และได้ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Coefficients) ของการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนเท่ากับ 0.283 ($p < 0.05$) ซึ่งบ่งชี้

ว่าการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial Mediation) และทำให้ข้อสมมติฐานที่ 4 ได้รับการสนับสนุน

ตารางที่ 4.16 อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม

	ความตั้งใจเชิงจริยธรรม	
	รูปแบบที่ 1 B	รูปแบบที่ 2 B
ทัศนคติด้านอารมณ์	0.308*	0.259*
การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน		0.283*
R ²	0.095*	0.172*
F	42.455*	42.141*

* $p < 0.05$

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การปฏิเสธการรับถุงพลาสติกเป็นพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหาการเสียชีวิตของสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ลดปัญหาด้านมลพิษ ลดต้นทุนในการกำจัดขยะ และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน ปัจจุบันทั้งภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก ไม่ว่าจะเป็นคลิปวิดีโอเตือนใจผู้บริโภค กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การให้แต้มเพิ่มพิเศษเมื่อไม่รับถุงพลาสติก หรือว่าการลดราคาเมื่อนำถุงพลาสติกมาใช้ซื้อสินค้าครั้งต่อไป เป็นต้น หรือแม้แต่การกำหนดวันงดแจกถุงพลาสติกใน 1 เดือนของห้างค้าปลีกต่างๆ อย่างไรก็ตามดูเหมือนว่ามาตรการต่างๆ ยังไม่สามารถโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้เกิดการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกมากขึ้น หรือการนำถุงพลาสติกกลับมาใช้ซ้ำใหม่ หรือการพกถุงผ้ามาซื้อสินค้าในครั้งต่อไป พฤติการณ์ดังกล่าวบ่งชี้ว่า ปัจจัยภายนอกยังไม่สามารถจูงใจให้เกิดพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน อาจจะมีปัจจัยภายในบุคคลเป็นตัวแปรสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้ประชาชนคนไทยมีพฤติกรรมดังกล่าวมากขึ้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ด้วยทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)” เพื่ออธิบายว่าการมุ่งเน้นการควบคุมตนเองจะช่วยส่งเสริมทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมได้อย่างไร

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังรับถุงพลาสติก 82.60% ในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะรับถุงพลาสติกจากร้านค้าประมาณ 1-2 ใบ คิดเป็น 43.90% รองลงมา 3-5 ใบ คิดเป็น 23% 6-10 ใบ คิดเป็น 9.10% และมากกว่า 10 ใบ คิดเป็น 6.60% ส่วนสาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังรับถุงพลาสติก เพราะอยากได้ถุงพลาสติกเพื่อนำไปใส่ขยะหรืออื่นๆ ต่อ 39.46% รวมถึงเป็นการซื้อสินค้าแบบไม่ได้วางแผน 32.60% และลืมพกถุงพลาสติกหรือถุงผ้าเวลาไปซื้อสินค้า 21.81% เมื่อถามต่อว่าถุงพลาสติกที่ได้รับเอาไปทำอะไรต่อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกตอบว่า ถุงพลาสติกที่ได้รับเอาไปทำเป็นถุงขยะ 75.74% นำถุงพลาสติกเก็บไว้สำหรับขนย้ายสินค้าอื่นๆ 27.94% และพับถุงเตรียมไว้สำหรับการไปซื้อครั้งต่อไป 13.48%

ในขณะที่กลุ่มที่ไม่รับถุงพลาสติกมีสัดส่วนเพียง 17.40% กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกว่า อยากช่วยลดขยะจากถุงพลาสติก 13% เตรียมถุงพลาสติกที่เหลือใช้หรือถุงผ้ามาเอง 6% และเน้นสะสมแต้ม 4%

นอกจากนี้ข้อมูลวิจัยยังเปิดเผยอีกว่า ความแตกต่างทางเพศทำให้มีความตั้งใจเชิงจริยธรรมแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีความตั้งใจเชิงจริยธรรมมากกว่าเพศชาย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ผู้หญิงมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ชาย ส่วนช่วงอายุที่ต่างกันไม่มีผลทำให้ความตั้งใจเชิงจริยธรรมแตกต่างกัน ในขณะที่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้ความตั้งใจเชิงจริยธรรมแตกต่างกันด้วย กล่าวคือยิ่งมีการศึกษาสูงก็ยิ่งมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ยกเว้นระดับปริญญาโทจะมีความตั้งใจเชิงจริยธรรมน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะว่าคนที่มีการศึกษาระดับนี้เป็นช่วงที่ต้องทำงานหนักหรือทำธุรกิจตลอดเวลา จึงทำให้มีความสนใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมน้อยลง

ในด้านทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม หรือความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ผลการทดสอบพบว่า คือ ทัศนคติด้านความคิดไม่มีผลต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก แต่มีเพียงทัศนคติด้านอารมณ์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิจัยนี้ตรงกันข้ามกับงานวิจัยของ Park & Ha (2012) ที่เปิดเผยว่า ทัศนคติด้านความคิด บรรทัดฐานทางสังคม และบรรทัดฐานส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการรีไซเคิล ในขณะที่ทัศนคติด้านอารมณ์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการรีไซเคิล

ต่อมาเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบตัวแปรคั่นกลางของการมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) ที่จะช่วยอธิบายว่าบุคคลจะกระตุ้นตัวเองให้ไล่ตามเป้าหมายด้วยวิธีการควบคุมตัวเองแบบใด ตามทฤษฎีการมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus) ของ Higgins (1998) สามารถจำแนกแรงกระตุ้นของการมุ่งเน้นการควบคุมได้ 2 แบบ คือ การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน (Prevention Focus) และการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน (Promotion Focus) โดยที่การมุ่งเน้นเชิงป้องกันจะสนใจแต่เรื่องความผิดพลาดหรือความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น จึงพยายามทำอะไรก็ตามที่จะไม่ให้เกิดเหตุการณ์เหล่านั้น และทำให้ตัวเองปลอดภัยจนกว่าจะไปถึงเป้าหมายที่วางไว้ ในงานวิจัยนี้จึงได้วางการมุ่งเน้นเชิงป้องกันเป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านความคิดและความตั้งใจเชิงจริยธรรมในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทัศนคติด้านความคิดไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม และทัศนคติด้านความคิดไม่มีความสัมพันธ์กับการมุ่งเน้นเชิงป้องกัน จึงไม่สามารถใช้ทัศนคติด้านความคิดทำนายได้ว่า การมุ่งเน้นเชิงป้องกัน จะช่วยสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านความคิดกับความตั้งใจเชิงจริยธรรมหรือความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ คนไทยไม่ค่อยสนใจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ

เช่น การรับถุงพลาสติกหลายๆใบทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมหรือทำให้สัตว์หรือสิ่งมีชีวิตต่างๆล้มตายจำนวนมากจากการกลืนกินถุงพลาสติก ประกอบกับการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกไม่ใช่หน้าที่ของเขา และไม่ได้ทำให้เขารู้สึกว่าชีวิตปลอดภัยมากขึ้นกว่าเดิม จึงทำให้พวกเขาไม่มีแรงกระตุ้นที่จะไปทำตามเป้าหมายหรือมีความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก

ในขณะที่การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนจะเป็นแรงกระตุ้นอย่างหนึ่งที่มุ่งเน้นเรื่องความสำเร็จ ผลประโยชน์ หรือผลลัพธ์ด้านบวก และจะพยายามควบคุมตัวเองให้ไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ด้วยวิธีการต่างๆ เมื่อเป้าหมายสำเร็จจะถือว่าเป็นรางวัลให้กับตัวเอง ดังนั้นจึงได้กำหนดให้การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนเป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์และความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก จากการวิจัยพบว่า ทัศนคติด้านอารมณ์มีผลต่อการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนก็มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม เมื่อทดสอบอิทธิพลทางอ้อมของการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม พบว่าตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial Mediation) กล่าวคือ การมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนจะช่วยถ่ายทอดอิทธิพลบางส่วนของทัศนคติด้านอารมณ์ไปสู่ความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกได้เพียงบางส่วน นอกจากนี้ถ้าเปรียบเทียบอิทธิพลทางตรงของตัวแปรระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม และอิทธิพลทางอ้อมเมื่อมีการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนมาเป็นตัวแปรคั่นกลาง ก็พบว่าอิทธิพลทางอ้อมของการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนจะส่งผลให้ทัศนคติด้านอารมณ์ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมมากกว่าอิทธิพลทางตรงระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์กับความตั้งใจเชิงจริยธรรม นั่นหมายความว่า ถ้าบุคคลได้เห็นภาพสัตว์และสิ่งแวดล้อมที่มีความอุดมสมบูรณ์เพราะไม่มีถุงพลาสติกไปทำลายธรรมชาติ หรือชายหาดสะอาดปราศจากถุงพลาสติก ก็จะทำให้บุคคลประเมินต่อสิ่งเรานั้นและเกิดเป็นความรู้สึกที่ดี หรือเกิดทัศนคติด้านอารมณ์ เมื่อบุคคลนั้นตั้งเป้าหมายในการลดการใช้ถุงพลาสติก โดยเริ่มจากการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก ก็จะมีคามมุ่งมั่นตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนั้น ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น เตรียมถุงพลาสติกหรือถุงผ้ามาเอง ใส่สินค้าบนรถเข็นแล้วเข้าไปที่รถ ฯลฯ พวกเขาจะทำทุกวิธีการต่างๆเพื่อให้เกิดโอกาสการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีกมากขึ้น และเพื่อช่วยลดปัญหามลพิษจากถุงพลาสติก และทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ของบุคคลนั้น

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชนและภาครัฐ

การปฏิเสธรับถุงพลาสติกเป็นหนึ่งในพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเป็นพฤติกรรมหนึ่ง que แสดงถึงจริยธรรม การศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมหรือความตั้งใจในการปฏิเสธรับถุงพลาสติก โดยมีทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุมเป็นปัจจัยส่งเสริมอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อนักการตลาดและ/หรือผู้ประกอบการทั่วไปดังนี้

5.2.1 การแก้ปัญหาให้ลูกค้า (Customer Solution): จากผลการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า คนไทยยังรับถุงพลาสติกประมาณ 1-2 ถุง และส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ ซึ่งปัญหาของการรับถุงพลาสติกเกิดจากสินค้าชิ้นใหญ่หรือมีน้ำหนักมาก หรือซื้อสินค้ามีหลายชิ้น ทำให้ถือไม่สะดวก ดังนั้นผู้ประกอบการสินค้ามีโอกาที่จะช่วยผู้บริโภคปฏิเสธรับถุงพลาสติกได้ โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถถือได้ด้วยตัวเอง ถ้าผู้บริโภคเห็นประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถถือได้โดยไม่ต้องใส่ถุงพลาสติกเพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของผู้บริโภคที่อยากจะช่วยลดการใช้ถุงพลาสติก ก็จะช่วยให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าและแบรนด์สินค้า ส่งผลให้มีโอกาสที่จะปฏิเสธถุงพลาสติกมากขึ้น

5.2.2 ความสะดวก (Convenience): ผู้ประกอบการห้างค้าปลีกใหญ่ๆ มีโอกาสช่วยผู้บริโภคปฏิเสธรับถุงพลาสติกได้ด้วยการสร้างพื้นที่ให้สะดวกต่อการเดินรถเข็นเพื่อจับจ่ายสินค้า ตั้งแต่เข้าห้างค้าปลีกจนกลับออกมายังพื้นที่จอดรถ เพราะถ้าพื้นที่สะดวกต่อการเดินรถเข็นก็มีโอกาสที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกดีต่อห้างค้าปลีกนั้น และมีความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ห้างค้าปลีกอาจจะใช้กลยุทธ์ Omni-Channel เข้ามาเกี่ยวข้อง คือ ลูกค้าที่ไปเดินในห้างค้าปลีกสามารถเลือกซื้อสินค้า และกดสั่งซื้อผ่านออนไลน์ เพื่อให้สินค้าจัดส่งถึงบ้านแทน ซึ่งกลยุทธ์นี้ก็ทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากความสะดวกสบาย และทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสปฏิเสธการรับถุงพลาสติกเพิ่มขึ้น

5.2.3 การสื่อสาร (Communication): ในงานวิจัยครั้งนี้พบว่า คนไทยส่วนใหญ่มีลักษณะการควบคุมตนเองในด้านการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน กล่าวคือ ผู้บริโภคคนไทยส่วนใหญ่จะมองถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นหลัก และจะมีความทะเยอทะยานที่จะทำเป้าหมายให้สำเร็จโดยที่ไม่สนใจว่าวิธีการทำให้เป้าหมายบรรลุจะมีความเสี่ยงมากเพียงไร ดังนั้นนักการตลาดควรจะใช้เนื้อหาหรือให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคที่ทำให้พวกเขารู้สึกดี และเห็นถึงผลประโยชน์หรือผลลัพธ์ด้านบวกจากการปฏิเสธรับถุงพลาสติกในการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่งจะช่วยให้เป้าหมายหรือความตั้งใจในการปฏิเสธรับถุงพลาสติกเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจจะเริ่มการสื่อสารกับกลุ่มผู้หญิงก่อน เพราะผลงานวิจัยชี้ว่า ผู้หญิงมีความตั้งใจในการปฏิเสธรับถุงพลาสติกมากกว่าผู้ชาย

นอกจากนี้ นักการตลาดอาจจะออกแบบแคมเปญการตลาดที่มีความท้าทายหรือการแข่งขันเกี่ยวกับการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก เพราะคนที่มีลักษณะมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนชอบความเสี่ยง และจะคว้าทุกโอกาสเพื่อให้ตัวเองบรรลุเป้าหมายหรือได้รับรางวัลจากความสำเร็วจนนั้นๆ

5.2.4 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR): จากงานวิจัยพบว่าคนที่มีการศึกษาสูงมากขึ้น ก็ยังมีความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีกมากขึ้น โดยบริษัทหรือร้านค้าปลีกทั้งขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก อาจจะสร้างกิจกรรมที่สอนหรือให้ความรู้แก่พนักงานในองค์กรหรือลูกค้าขององค์กรรับทราบถึงประโยชน์ของการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ก็จะช่วยให้พวกเขาารู้สึกดี มีประสบการณ์และอยากจะแสดงออกพฤติกรรมปฏิเสธการรับถุงพลาสติกในเชิงระยะยาว

ในด้านภาครัฐ ปัจจุบันภาครัฐได้ช่วยรณรงค์การปฏิเสธการรับถุงพลาสติกด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาของถุงพลาสติก การเผยแพร่คลิปวิดีโอเกี่ยวกับปัญหาถุงขยะพลาสติกที่ไปทำลายสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่ไปเน้นลักษณะการมุ่งเน้นเชิงป้องกัน ที่แสดงเนื้อหาเกี่ยวกับผลลัพธ์ด้านลบของการใช้ถุงพลาสติก ความเสียหายของสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่ตรงกับลักษณะการมุ่งเน้นการควบคุมในหมู่คนไทย ที่เป็นลักษณะการมุ่งเน้นเชิงสนับสนุนมากกว่า ดังนั้นภาครัฐจะต้องเปลี่ยนวิธีการสื่อสารที่ทำให้ผู้บริโภคเห็นผลลัพธ์ด้านบวกหรือเห็นประโยชน์จากการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ทั้งในระดับสาธารณะและส่วนบุคคล ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกดี และกระตุ้นให้พวกเขาอยากมีเป้าหมายในการลดการใช้ถุงพลาสติก และเกิดความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกมากขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลอาจจะออกนโยบายช่วยเหลือภาคเอกชนต่างๆ เพื่อสนับสนุนการรณรงค์การปฏิเสธการรับถุงพลาสติกในกลุ่มผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกด้วยทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)” เป็นการศึกษาปัจจัยภายในบุคคลเรื่อง “ทัศนคติ” แต่อาจจะมีปัจจัยภายในอื่นๆที่อาจก่อให้เกิดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control of the behavior) ตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior หรืออักษรย่อ TPB) ของ Ajzen (1991) ซึ่งความตั้งใจเชิงพฤติกรรมจะแสดงออกหรือไม่ อาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้ง 2 ตัวดังกล่าวด้วย

นอกจากนี้การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ยังไม่ได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อตรวจสอบทัศนคติที่แท้จริงของบุคคล และยังไม่ได้ทดสอบภาคสนามเช่นเดียวกับวิธีการทดสอบในงานวิจัยของ Kareklas et al (2012) โดยการให้กลุ่มตัวอย่างทดสอบอ่านข้อความโฆษณาที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หรือภาพที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งที่อ่านหรือสิ่งที่เห็น เพื่อจะได้ค้นหว่าบุคคลเหล่านั้นมีลักษณะการมุ่งเน้นการควบคุมตนเองแบบใด ถ้าคนที่มีลักษณะมุ่งเน้นเชิงสนับสนุน จะมองถึงประโยชน์หรือผลลัพธ์ทางบวกเป็นอันดับแรก เช่น การปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจะช่วยให้สัตว์หรือสิ่งมีชีวิตต่างๆที่อยู่อาศัยมากขึ้น ระบบนิเวศดีขึ้น อากาศดีขึ้น หรือการปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีกจะทำให้เขามีแต้มในบัตรสมาชิกเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น ซึ่งวิธีการดังกล่าวช่วยเป็นการทดสอบความเชื่อมั่นของกรอบงานวิจัยด้วย

พฤติกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ยังถือว่าเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมศีลธรรมด้วย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านความหนาแน่นทางศีลธรรม (Moral Intensity) หรือ คุณค่าที่ให้กับสังคม (Social Value) ที่มีต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรมด้วย เนื่องจากคนไทยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีความเชื่อเรื่องของเวรกรรม หรืออีกนัยหนึ่งคือเหตุและผล รวมถึงวัฒนธรรมของคนไทยที่มักจะอยู่รวมตัวกันเป็นสังคม จึงมีความเป็นไปได้ว่าสังคมอาจจะเป็นตัวช่วยกำหนดพฤติกรรมที่แสดงออกได้อีกด้วย

บรรณานุกรม

- ปรียาพร พรหมพิทักษ์. บรรณาธิการ. (2558). *คนเรารู้สึกอย่างไรเพื่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร*. กรุงเทพฯ: ส.โพลีการพิมพ์
- สุรเมศวร์ พิริยะวัฒน์, สรวิศ นฤปิติ และชัชฌ์ พงษ์พิงษ์. ม.ป.ป. *ทฤษฎีทัศนคติและพฤติกรรม: ทางเลือกสำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทาง*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- Ajzen, I. (1991), “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50 No. 2, pp. 179–211.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The modulator – mediator variable destination in social psychology research: conceptual, statistical consideration, *Journal of Psychology and Social Psychology*, 51: 1173-1182.
- Bronfman, N.C., Cisternas, P.C., López-Vázquez, E., Maza, C.D., Oyanedel, J.C. (2015). Understanding Attitudes and Pro-Environmental Behaviors in a Chilean Community. *Sustainability*, 7, 14133-14152.
- Cui, W. L., & Ye, M. L. (2017). An Introduction of Regulatory Focus Theory and Its Recently Related Researches. *Psychology*, 8, 837-847.
- Goldberg, J. A., N. A. Marshall, A. Birtles, P. Case, M. I. Curnock, and G. G. Gurney. (2018). On the relationship between attitudes and environmental behaviors of key Great Barrier Reef user groups. *Ecology and Society*, 23(2),19.
- Higgins, E. T. (1998). Promotion and Prevention: Regulatory Focus as a Motivational Principle. *Advances in Experimental Social Psychology*, 30, 1-46.
- Johnson, P. D., Shull, A., & Wallace, J. C. (2011). Regulatory Focus as a Mediator in Goal Orientation and Performance Relationships. *Journal of Organizational Behavior*, 32, 751-766.
- Kareklas, I., Carlson, J., R., & Muehling, D., D. (2012) The Role of Regulatory Focus and Self-View in “Green” Advertising Message Framing, *Journal of Advertising*, 41:4, 25-39.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kongarchapatara, B. Y., & Moschis, G., & Ong, F. (2014). Understanding the relationship between age, gender, and life satisfaction: the mediating role of stress and religiosity. *Journal of Beliefs and Values*, 35, 340-358.
- Millar, M. G., & Tesser, A. (1986). Effects of affective and cognitive focus on the attitude-behavior relation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(2), 270-276.
- Park, J. Y., & Ha, S. J. (2012). Understanding pro-environmental behavior A comparison of sustainable consumers and apathetic consumers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40, 388-403.
- Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29, 309-317.
- Zou, W. L., & Chan, R. Y. K. (2019). Why and when do consumers perform green behaviors? An examination of regulatory focus and ethical ideology. *Journal of Business Research*, 94, 113-127.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง: ทักษะที่มีต่อความตั้งใจในการปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ด้วยทฤษฎีมุ่งเน้นการควบคุม (Regulatory Focus Theory)

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับสารนิพนธ์เพื่อการศึกษา ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติ และแรงจูงใจภายใน ที่มีผลต่อความตั้งใจเชิงจริยธรรม ที่นำไปสู่พฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประชาชนคนไทย

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดทัศนคติ

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดแรงจูงใจประเภทมุ่งเน้นการควบคุม และความตั้งใจ

เชิงจริยธรรม

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
 - ชาย หญิง
2. อายุ
 - 18 ปีหรือต่ำกว่า 19 – 38 ปี 39 - 54 ปี
 - 55 - 73 ปี 74 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
 - โสด สมรส หย่าร้าง อื่นๆ.....(โปรดระบุ)
4. ระดับการศึกษา
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
5. อาชีพ
 - นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย
 - แม่บ้าน อื่นๆ...(โปรดระบุ)
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - ไม่เกิน 20,000 บาท 20,001 – 40,000 บาท
 - 40,001 – 60,000 บาท 60,001 – 80,000 บาท
 - 80,001 – 100,000 บาท 100,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีก

7. ปกติคุณไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านที่ร้านค้าปลีกใดมากที่สุด
 - 7-Eleven Tops Supermarket
 - Home Fresh Mart Gourmet Market
 - Foodland Supermarket Villa Market
 - Big C supercenter Tesco Lotus อื่นๆ...(โปรดระบุ)
8. คุณไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านตามร้านค้าที่เลือกตอบในข้อ 1 บ่อยแค่ไหน
 - ทุกวัน 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ 2-3 ครั้งต่อเดือน
 - 1 ครั้งต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

9. คุณเดินทางไปซื้อสินค้าและของใช้ในบ้านที่ร้านค้าที่เลือกตอบในข้อ 1 อย่างไร

- เดินเท้า โดยจักรยาน/มอเตอร์ไซค์ส่วนตัว
- โดยรถยนต์ส่วนตัว โดยมอเตอร์ไซค์รับจ้าง
- โดยแท็กซี่ โดยรถขนส่งสาธารณะ
- อื่นๆ...(โปรดระบุ)

10. ปกติคุณได้รับถุงพลาสติกจากร้านค้าที่เลือกตอบในข้อ 1 ครั้งละประมาณกี่ใบ

- 1 - 2 ใบ 3 - 5 ใบ 6 - 10 ใบ
- มากกว่า 10 ใบ ไม่รับถุงพลาสติก (ข้ามไปยังข้อ 10.3)

10.1. คุณยังรับถุงพลาสติกจากร้านค้าดังกล่าว เพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่กล้าปฏิเสธ
- เป็นการซื้อสินค้าแบบไม่ได้วางแผน
- อยากได้ถุงพลาสติกเพื่อนำไปใส่ขยะหรืออื่นๆ
- ลืมพกถุงพลาสติกหรือถุงผ้า
- ไม่สะดวกพกถุงพลาสติกหรือถุงผ้า
- จำนวนถุงพลาสติกหรือถุงผ้าที่พกไปไม่พอใช้
- อื่นๆ... (โปรดระบุ)

10.2. คุณคิดว่าถุงพลาสติกที่ได้รับจากร้านค้าดังกล่าวจะเอาไปทำอะไรต่อ

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ทิ้งลงถังขยะ
- ทำเป็นถุงขยะ
- พับถุงเตรียมไว้สำหรับการไปซื้อครั้งต่อไป
- เก็บไว้สำหรับขนย้ายสินค้าอื่นๆ
- อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

10.3. คุณไม่รับถุงพลาสติกจากร้านค้าดังกล่าวเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อยากช่วยลดขยะจากถุงพลาสติก
- เตรียมถุงพลาสติกที่เหลือใช้หรือถุงผ้ามาเอง
- สะสมแต้ม
- แลกรับส่วนลด
- ต้องการเปลี่ยนถุงพลาสติกเป็นเงินบริจาคแทน
- ร้านค้าคิดค่าถุงพลาสติก
- อื่นๆ... (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดทัศนคติ

โปรดให้คะแนนประเมินในแต่ละข้อดังต่อไปนี้ตามความรู้สึกของท่าน

11. ฉันคิดว่าการแสดง การปฏิเสธการรับถุงพลาสติก เป็นเรื่องที่...

11.1	แย่มาก	-3	-2	-1	0	1	2	3	ดี
11.2	ไม่ฉลาด	-3	-2	-1	0	1	2	3	ฉลาด
11.3	ไม่น่าชื่นชม	-3	-2	-1	0	1	2	3	น่าชื่นชม

12. เมื่อฉันปฏิเสธการรับถุงพลาสติกหรือจินตนาการว่าปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ฉันรู้สึกที่...

12.1	แย่มาก	-3	-2	-1	0	1	2	3	ดี
12.2	ไม่น่ายินดี	-3	-2	-1	0	1	2	3	น่ายินดี
12.3	เป็นด้านลบ	-3	-2	-1	0	1	2	3	เป็นด้านบวก
12.4	ไม่น่าพึงพอใจ	-3	-2	-1	0	1	2	3	น่าพึงพอใจ

**ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดแรงจูงใจประเภทการมุ่งเน้นการควบคุมและความตั้งใจเชิง
จริยธรรม**

โปรดให้คะแนนประเมินในแต่ละข้อดังต่อไปนี้ตามความรู้สึกของท่าน

คำถาม	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ปาน กลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ฉันมักมีความกังวลกลัวความ ผิดพลาด					
2. ฉันมักจะคิดเสมอว่าจะปกป้องไม่ให้ เกิดความผิดพลาดล้มเหลวกับฉันได้ อย่างไร					
3. ฉันมองว่าตัวเองเป็นคนที่ตั้งใจทำ หน้าที่ที่ต้องทำ มีความรับผิดชอบ ปฏิบัติตามสิ่งที่ต้องทำให้ครบถ้วน					
4. เมื่อใดก็ตามที่ฉันมองเห็น โอกาสใน การทำในสิ่งที่ฉันชอบ ฉันจะรู้สึก ตื่นเต้นดีใจ					
5. ฉันชอบที่จะคิดจินตนาการถึง ความสำเร็จตามความฝันและความหวัง ที่ตั้งใจไว้					
6. ฉันมองว่าตัวเองเป็นคนที่มุ่งมั่นที่จะ ทำให้บรรลุตามความฝันความหวังที่ตั้ง ใจไว้					
7. ทุกครั้งที่มี โอกาสมากขึ้น ฉันจะนำ ถุงพลาสติกหรือถุงผ้าไปด้วยเวลาที่ไป ซื้อสินค้า					
8. ฉันมีความตั้งใจที่จะไม่รับ ถุงพลาสติกจากร้านค้าปลีกในการไป ซื้อสินค้าครั้งต่อไป					

9. ถ้าฉันได้รับการร้องขอให้ให้นำ ถุงพลาสติกหรือถุงผ้าไปซื้อสินค้าที่ ร้านค้าปลีกด้วย ฉันจะทำเป็นประจำ					
---	--	--	--	--	--

