

การปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี
Following the 7 Green Habits Guidelines of Consumers
in Nontaburi Province.

กรณัฏ์พัฒน์ อัมประเสริฐ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
โทร 02-432-6101 ต่อ 1401, อีเมล: Kaimpr@rpu.ac.th
Karanpat Imprasert
Faculty of Business Administration, Rajabhat University

รับเข้า : 13 สิงหาคม 2567 แก้ไข : 27 สิงหาคม 2567 ตอบรับ : 28 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ 2) การปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียว และ 3) เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรคือผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามหลักของ Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test, ค่าความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé

ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และสถานภาพโสด 2) การปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภค ด้านคิดใหม่และด้านใช้ซ้ำ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านลดใช้ ด้านใช้ซ้ำ ด้านนำมาผลิตใหม่ ด้านปฏิเสธ ด้านซ่อมแซม และด้านตอบแทน อยู่ในระดับมาก 3) เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

คำสำคัญ: อุปนิสัยสีเขียว สิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืน

ABSTRACT

The Objective of this research was to study 1) demographic characteristics, 2) compliance with the 7 green habits guidelines, and 3) compare demographic characteristics with compliance with the 7 green habits guidelines of consumers in Nontaburi Province. This research is quantitative research. The population is consumers in Nonthaburi Province. The sample size was determined according to Yamane's principles, resulting in a sample size of 400 people. The tool used to collect the data was questionnaires. Statistics used in data analysis used frequency, percentage, mean and standard deviation t-test, One-way ANOVA and tested in pairs using Scheffé's method.

The results of the research revealed that 1) the sample group were female, aged 21-30 year, with a bachelor's degree level of education, occupation: private company employee, average monthly income 10,001-20,000 baht and single marital status 2) following the 7 green habits of consumers guidelines rethink and reuse at the highest level reduce, recycle, reject, repair, and return at the high level 3) compare demographic characteristics with following the 7 green habits guidelines of consumers in Nontaburi province, classified by gender, age, education level, occupation, average monthly income, and marital status, there is a difference significant at the level .05

Keywords: Green Habits, Environment, Sustainable Development

บทนำ

สังคมโลกมีการพูดถึงเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี ค.ศ.1992 จนถึงปี ค.ศ.2010 โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่พัฒนาแล้วในทวีปยุโรป เมื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม แต่สิ่งแวดล้อมของโลกกลับแย่ลง จึงเป็นที่มาของคำว่า “เศรษฐกิจสีเขียว” (Green Economy) จึงกล่าวได้ว่า เศรษฐกิจสีเขียวเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (สวทช., 2562) ในระบบเศรษฐกิจที่จะให้คนอยู่ร่วมกันในสังคมโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับการผลิตและการบริโภค ในมุมมองของผู้ผลิต จะต้องดำเนินไปบนฐานของการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทางด้านกิจกรรมทางการเกษตรก็เช่นกัน การแผ้วถางป่า การเผาในที่โล่ง เพื่อทำการเกษตรที่ตอบสนองทฤษฎีนิคม โดยขาดความตระหนัก ย่อมส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและ

สิ่งแวดล้อม ในมุมมองของผู้บริโภค ต้องรู้จักเลือกใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ยั่งยืน เช่น การทิ้งขยะให้ถูกต้อง(แยกขยะ) ใช้พลังงานน้ำ ไฟฟ้า น้ำมันอย่างประหยัดด้วยเช่นกัน แต่ทุกวันนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่คาดหวังว่าผู้ผลิตจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ จึงเกิดพฤติกรรมผู้บริโภคแบบฟุ่มเฟือยและไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เกิดเป็นนิสัยที่ทำลายสิ่งแวดล้อม ในประเทศไทยมีผู้บริโภค 70 ล้านคน แต่ผู้ผลิตมีเพียง 1 แสนกว่าราย เห็นได้ชัดว่าควรขับเคลื่อนที่ผู้บริโภคมากกว่า ตรงนี้เป็นจุดที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสีเขียว (สวทช., 2562) หากต้องการขับเคลื่อนโลกให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ต้องเริ่มจากผู้บริโภคเป็นตัวกระตุ้น เนื่องจากคนไทยส่วนใหญ่ไม่ค่อยใส่ใจต่อปัญหาสังคม ปัญหาทรัพยากร และปัญหาสิ่งแวดล้อม ไม่เห็นถึงความสำคัญในเรื่องเหล่านี้ เพราะคิดว่าไม่ใช่เรื่องของตน ไม่มีเวลา เป็นเรื่องยุ่งยากที่ต้องแยกขยะ และต้องจ่ายเงินเพิ่มเพื่อซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และไม่ได้คิดว่าถ้าหากร่วมกันใส่ใจในปัญหาดังกล่าว จะสามารถผลักดันให้ผู้ผลิตผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ , 2562)

จากการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมหรืออุปนิสัยสีเขียวบ้างในบางเรื่อง จึงต้องมีการรณรงค์ หรือการสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง การปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวเป็นเรื่องสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ในยุคที่มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สารพิษ และความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงในด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ดังนั้น การที่ศึกษาทำความเข้าใจและสนับสนุนการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในจังหวัดนนทบุรี สร้างสังคมที่ยั่งยืน อยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างสมดุล ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งมั่นที่จะศึกษาเรื่องการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภค ให้ผลการวิจัยมีประสิทธิภาพ สามารถสนับสนุนและกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม นำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริม ปรับปรุง แก้ไขพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีให้ปฏิบัติตามแนวทางอันจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนประเทศให้เดินหน้าไปในทิศทางที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี

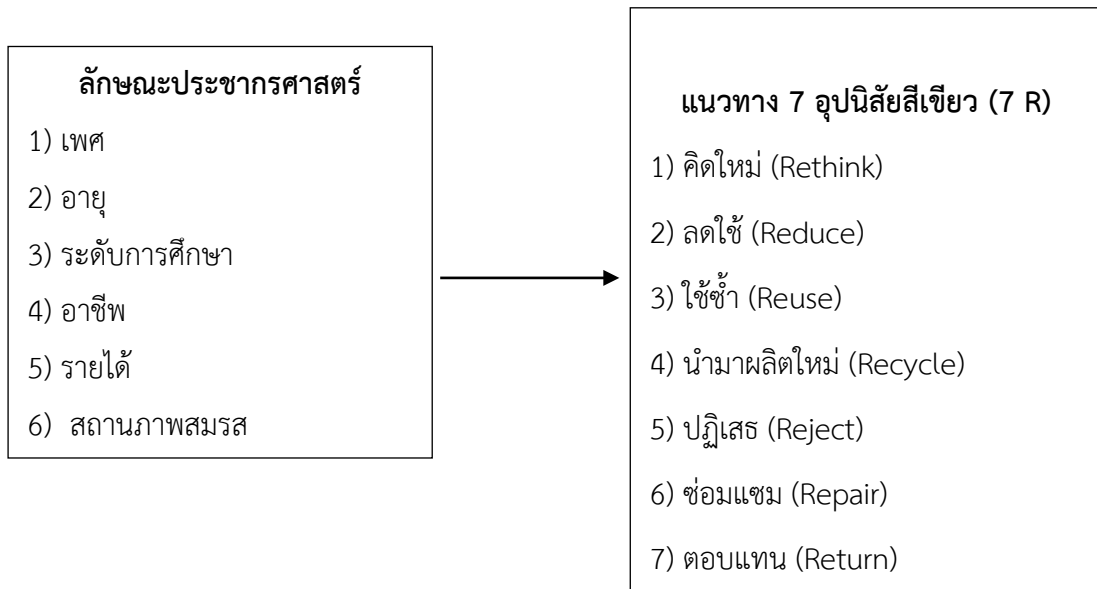
สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง
7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่พักอาศัยและทำงานอยู่ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 1,295,961 คน (กรมการปกครอง 2566)

กลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size Determination) ด้วยสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) คำนวณตามสูตรได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{สูตร} \quad n &= \frac{N}{1+N(e^2)} \\
 \text{กำหนดให้} \quad n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \\
 N &= \text{ประชากร} \\
 e &= \text{ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05} \\
 &= \frac{1,295,961}{1+1,295,961(.05^2)} \\
 &= 399.88 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) (กฤษทลี รื่นรัมย์ 2553) โดยจำแนกประชากรดังกล่าวออกเป็นอำเภอในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอไทรน้อย และอำเภopakเกร็ด

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

อำเภอ	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. เมืองนนทบุรี	361,127	111
2. บางกรวย	149,652	46
3. บางใหญ่	166,606	51
4. บางบัวทอง	290,954	90
5. ไทรน้อย	74,611	23
6. ปากเกร็ด	252,966	79
รวมทั้งสิ้น	1,295,916	400

ที่มา: กรมการปกครอง (2566)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาวิจัยเรื่อง การปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุนิสิยสี่เขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี โดยแบบสอบถาม ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อาชีพ 5) รายได้ และ 6) สถานภาพสมรส เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุนิสิยสี่เขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 7 R ได้แก่ 1) คิดใหม่ (Rethink) 2) ลดใช้ (Reduce) 3) ใช้ซ้ำ (Reuse) 4) นำมาผลิตใหม่ (Recycle) 5) ปฏิเสธ (Reject) 6) ซ่อมแซม (Repair) และ 7) ตอบแทน (Return) เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ให้คะแนนค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) ให้ได้ค่ามากกว่า 0.50 (คุณทลี รื่นรัมย์ 2553) งานวิจัยนี้ ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และได้ปรับแก้ไขตามคำแนะนำเพื่อนำไปเพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขตามคำแนะนำ ไป Try Out กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient: α) ของ Cornbach ให้ได้ค่ามากกว่า .70 (Cochran (1993) ในงานวิจัยนี้ได้ค่า $\alpha = .92$ เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นจึงนำไปเก็บข้อมูลไปยังกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณไว้ในต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบกัน โดยรวบรวมมาจาก 2 แหล่ง คือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บ ดังนี้

- 3.1.1 ใช้แบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว
- 3.1.2 ก่อนลงพื้นที่จริงจะทำการอบรมชี้แจงผู้ช่วยวิจัยให้เข้าใจแบบสอบถาม
- 3.1.3 เก็บแบบสอบถามในจังหวัดนนทบุรี ใน 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง และอำเภอไทรน้อย รวม 400 คน

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการรวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัย วารสาร สิ่งตีพิมพ์ เว็บไซต์และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (คุณทลี รื่นรัมย์ 2553) มีดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุนิสิสสี่เขียว ของผู้บริหารในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 7 R ได้แก่ 1) คิดใหม่ (Rethink) 2) ลดใช้ (Reduce) 3) ใช้ซ้ำ (Reuse) 4) นำมาผลิตใหม่ (Recycle) 5) ปฏิเสธ (Reject) 6) ซ่อมแซม (Repair) และ 7) ตอบแทน (Return) เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

การวิเคราะห์ค่าระดับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียว เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires) ของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ คะแนนที่ต่ำที่สุดคือ 1 คะแนน และคะแนนที่สูงที่สุดคือ 5 คะแนน โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (Likert, 1967)

$$\begin{aligned}\text{จากสูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความกว้างของอันตรภาคชั้น ที่คำนวณได้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการปฏิบัติ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

วิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงอนุมานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยตัวแปรอิสระ เป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และตัวแปรตาม เป็นข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test ส่วนตัวแปรอิสระที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัย

ผลวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศ หญิง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 อายุ 21-30 ปี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 สถานภาพโสด จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.20

ผลวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ระดับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ใน 7 ด้าน (7R) ได้แก่ 1) คิดใหม่ (Rethink) 2) ลดใช้ (Reduce) 3) ใช้ซ้ำ (Reuse) 4) นำมาผลิตใหม่ (Recycle) 5) ปฏิเสธ (Reject) 6) ซ่อมแซม (Repair) และ 7) ตอบแทน (Return) ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ภาพรวม (7 R)

อุปนิสัยสีเขียว (7 R)	$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านคิดใหม่ (Rethink)	4.25	0.66	มากที่สุด	2
2. ด้านลดใช้ (Reduce)	4.08	0.74	มาก	4
3. ด้านใช้ซ้ำ (Reuse)	4.28	0.75	มากที่สุด	1
4. ด้านนำมาผลิตใหม่ (Recycle)	3.66	0.92	มาก	7
5. ด้านปฏิเสธ (Reject)	3.79	1.03	มาก	6
6. ด้านซ่อมแซม (Repair)	4.13	0.80	มาก	3
7. ด้านตอบแทน (Return)	3.87	0.87	มาก	5
ภาพรวม	4.01	0.82	มาก	-

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ภาพรวม (7 R) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$, $SD=0.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ลำดับแรกอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านใช้ซ้ำ (Reuse) ($\bar{X}=4.28$, $SD=0.75$) รองลงมา อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านคิดใหม่ (Rethink) ($\bar{X}=4.25$, $SD=0.66$) และ ลำดับสุดท้าย อยู่ในระดับมาก คือ ด้านนำมาผลิตใหม่ (Recycle) ($\bar{X}=3.66$, $SD=0.92$) ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี เป็นรายด้านและรายข้อ มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านคิดใหม่ (Rethink) ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.25$, $SD=0.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยลำดับแรก คือ มีความคิดที่จะใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.28$, $SD=0.77$) รองลงมา คือ มีความคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริการ ($\bar{X}=4.27$, $SD=0.61$) และลำดับสุดท้าย คือ มีความคิดว่าจะช่วยรณรงค์ในเรื่องสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.22$, $SD=0.80$) ตามลำดับ

ด้านลดใช้ (Reduce) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, $SD=0.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยลำดับแรก คือ ใช้ถุงผ้า ตะกร้า กระติกน้ำส่วนตัวเวลาไปซื้อสินค้า ($\bar{X}=$

4.18, SD=0.91) รองลงมา คือ ประหยัดพลังงาน เช่น ไฟฟ้า ประปา และน้ำมันเชื้อเพลิง ($\bar{X}$ =4.10, SD=1.02) และลำดับสุดท้าย คือ ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ =3.98, SD=0.82) ตามลำดับ

ด้านใช้ซ้ำ (Reuse) ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.28, SD=0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ ลำดับแรก คือ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดเดิมโดยนำสินค้ามาใส่บรรจุภัณฑ์เดิม ($\bar{X}$ =4.41, SD=0.83) รองลงมา คือ ใช้กระดาษทั้ง 2 หน้า หรือทำกระดาษโน้ต เพื่อใช้ให้คุ้มค่า ($\bar{X}$ =4.40, SD=0.77) และลำดับสุดท้าย อยู่ในระดับมาก คือ นำถุงพลาสติกเก่ามาใช้ซ้ำหลายครั้ง ($\bar{X}$ =4.03, SD=1.05) ตามลำดับ

ด้านนำมาผลิตใหม่ (Recycle) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.66, SD=0.92) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยลำดับแรก คือ คัดแยกกระดาษ กล่องนม ลังกระดาษ เพื่อนำไปผลิตใหม่ ($\bar{X}$ =3.92, SD=1.12) รองลงมา คือ คั้นขวดแก้วเพื่อให้ผู้ผลิตนำกลับไปหมุนเวียนผลิตใหม่ ($\bar{X}$ =3.54, SD=1.01) และลำดับสุดท้าย คือ นำเศษเหล็กหรือวัสดุเหลือใช้มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ($\bar{X}$ =3.52, SD=1.17) ตามลำดับ

ด้านปฏิเสธ (Reject) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.79, SD=1.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยลำดับแรก คือ ปฏิเสธการใช้ถุงพลาสติกที่ทางร้านใส่ของให้เมื่อซื้อสินค้า

($\bar{X}$ =3.94, SD=1.08) รองลงมา คือ ปฏิเสธการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก ($\bar{X}$ =3.73, SD=1.20) และลำดับ

สุดท้าย คือ ปฏิเสธการใช้กล่องโฟมหรือขวดน้ำพลาสติก ($\bar{X}$ =3.71, SD=1.05) ตามลำดับ

ด้านซ่อมแซม (Repair) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.13, SD=0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ลำดับแรก อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ดูแลและบำรุงรักษาของใช้ เพื่อไม่ให้ชำรุดง่าย ($\bar{X}$ =4.31, SD=0.91) รองลงมา อยู่ในระดับมาก คือ นำเสื้อผ้าหรือของใช้ที่ชำรุดมาซ่อมแซมแทนการซื้อใหม่ ($\bar{X}$ =4.11, SD=0.85) และลำดับสุดท้าย อยู่ในระดับมาก คือ เมื่อเครื่องใช้ไฟฟ้าชำรุดท่านเลือกที่จะซ่อมแซม ($\bar{X}$ =3.98, SD=1.08) ตามลำดับ

ด้านตอบแทน (Return) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.87, SD=0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยลำดับแรก คือ ปลุกต้นไม้เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งในบ้านและสาธารณะ ($\bar{X}$ =4.09, SD=0.99) รองลงมา คือ บริจาคให้กับโครงการหรือกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ =3.93, SD=1.03) และลำดับสุดท้าย คือ เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ =3.61, SD=1.04) ตามลำดับ

ผลวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การเปรียบเทียบการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ภาพรวมเป็นรายด้าน มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ นัยสำคัญทางสถิติ .01 ดังนี้

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ภาพรวม

อุปนิสัยสีเขียว (7 R)	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้	สถานภาพ
1. ด้านคิดใหม่ (Rethink)	.43	.00*	.00*	.06	.00*	.38
2. ด้านลดใช้ (Reduce)	.03*	.00*	.01*	.00*	.00*	.33
3. ด้านใช้ซ้ำ (Reuse)	.40	.02*	.41	.00*	.02*	.00*
4. ด้านนำมาผลิตใหม่ (Recycle)	.73	.16	.01*	.00*	.23	.03*
5. ด้านปฏิเสธ (Reject)	.42	.00*	.50	.00*	.13	.11
6. ด้านซ่อมแซม (Repair)	.02*	.25	.18	.67	.00*	.00*
7. ด้านการตอบแทน (Return)	.37	.01*	.03*	.01*	.16	.41

* นัยสำคัญทางสถิติ .05 ** นัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตารางที่ 3 การเปรียบเทียบการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ภาพรวมเป็นรายด้าน มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ นัยสำคัญทางสถิติ .01 ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน 2 ด้าน คือ ด้านลดใช้ (Reduce) และ ด้านซ่อมแซม (Repair)

จำแนกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน 5 ด้าน คือ ด้านคิดใหม่ (Rethink) ด้านลดใช้ (Reduce) ด้านใช้ซ้ำ (Reuse) ด้านปฏิเสธ (Reject) และ ด้านการตอบแทน (Return)

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน 4 ด้าน คือ ด้านคิดใหม่ (Rethink) ด้านลดใช้ (Reduce) ด้านนำมาผลิตใหม่ (Recycle) และ ด้านการตอบแทน (Return)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน 5 ด้าน คือ ด้านลดใช้ (Reduce) ด้านใช้ซ้ำ (Reuse) ด้านนำมาผลิตใหม่ (Recycle) ด้านปฏิเสธ (Reject) และ ด้านการตอบแทน (Return)

จำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน 4 ด้าน คือ ด้านคิดใหม่ (Rethink) ด้านลดใช้ (Reduce) ด้านใช้ซ้ำ (Reuse) และ ด้านซ่อมแซม (Repair)

จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานสมรสที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน 3 ด้าน คือ ด้านใช้ซ้ำ (Reuse) ด้านนำมาผลิตใหม่ (Recycle) และ ด้านซ่อมแซม (Repair)

อภิปรายผล

ระดับการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี สามารถอภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

ด้านคิดใหม่ (Rethink) ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ มีความคิดที่จะใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ มีความคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สวรรยา ธรรมอภิพล จันทรฉาย ทองรอด และนรมน สารผล (2562) ที่ศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักศึกษาในการลดแก้วน้ำพลาสติกในมหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจและความคิดด้านสิ่งแวดล้อมในระดับมากที่สุด ดังนั้น ภาครัฐควรมีการถ่ายทอดแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียว ด้วยการสร้างความเข้าใจและปรับทัศนคติให้ผู้บริโภคมีความคิดใหม่เกี่ยวกับอุปนิสัยสีเขียวเพิ่มขึ้นในวงกว้าง

ด้านลดใช้ (Reduce) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ใช้ถุงผ้า ตะกร้า กระติกน้ำส่วนตัวเวลาไปซื้อสินค้า รองลงมา คือ ประหยัดพลังงาน เช่น ไฟฟ้า ประปา และน้ำมันเชื้อเพลิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัลลภ จันทรกระจ่าง (2563) ที่ศึกษาเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ด้วยเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน พบว่า การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองจะส่งผลต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ดังนั้น ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมในเรื่องการใช้ถุงผ้าและการประหยัดพลังงานอย่างต่อเนื่อง

ด้านใช้ซ้ำ (Reuse) ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดเดิม โดยนำสินค้ามาใส่บรรจุภัณฑ์เดิม รองลงมา คือ ใช้กระดาษทั้ง 2 หน้า หรือทำกระดาษโน้ต เพื่อใช้ให้คุ้มค่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบูรณ์ เย็นศิริ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบการคัดแยกวัสดุเหลือใช้ในครัวเรือนเพื่อเพิ่มรายได้ให้ชุมชนในอำเภอสตึกจังหวัดบุรีรัมย์ ที่พบว่า คนในชุมชนมีการคัดแยกวัสดุเหลือใช้อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ภาครัฐควรสนับสนุนให้ใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดเดิมกันให้มากขึ้น โดยจัดกิจกรรม หรือจัดทำข่าวสาร บทความ และการจัดประชุมให้ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชน

ด้านนำมาผลิตใหม่ (Recycle) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ คัดแยกกระดาษ กล่องนม ลังกระดาษ เพื่อนำไปผลิตใหม่ รองลงมา คือ คั้นขวดแก้วเพื่อให้ผู้ผลิตนำไปหมุนเวียน ผลิตใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา โททา (2563) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพสวนพยอมจังหวัดร้อยเอ็ด ที่พบว่า มีทัศนคติในการจัดการขยะมูลฝอยอยู่ในระดับสูง ดังนั้น ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนและประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการคัดแยกขยะ หรือการนำมาหมุนเวียนใช้ใหม่ให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน

ด้านปฏิเสธ (Reject) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ปฏิเสธการใช้ถุงพลาสติกที่ทางร้านใส่ของให้เมื่อซื้อสินค้า รองลงมา คือ ปฏิเสธการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก สอดคล้องกับแนวคิดของ พิพัฒน์ ยอดพฤติการ (2562) และกรมควบคุมมลพิษ (2563) ที่กล่าวว่า ควรปฏิเสธสิ่งที่ไม่จำเป็น สิ่งฟุ่มเฟือยและสิ่งที่ย่อยสลายยากเพราะเป็นสาเหตุทำให้โลกร้อน ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันจัดทำคู่มือหรือแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับผลกระทบในรูปแบบฐานข้อมูล สถิติบทความ เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน

ด้านซ่อมแซม (Repair) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ดูแลและบำรุงรักษาของใช้เพื่อไม่ให้ชำรุดง่าย รองลงมา คือ นำเสื้อผ้าหรือของใช้ที่ชำรุดมาซ่อมแซมแทนการซื้อใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดของ กรมควบคุมมลพิษ (2563) ที่กล่าวว่า การนำสิ่งของที่ไม่ใช้แล้วหรือสิ่งของที่ยังพอใช้ได้ยามาซ่อมแซมเพื่อใช้ได้ใหม่หรือใช้ได้นานขึ้น ดังนั้น ภาครัฐและผู้ประกอบการควรส่งเสริมความร่วมมือในลักษณะเครือข่าย เพื่อให้พนักงานกำลังกันเป็นหนึ่งเดียว และขับเคลื่อนภาคีความร่วมมือให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

ด้านตอบแทน (Return) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ปลุกต้นไม้เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งในบ้านและสาธารณะ รองลงมา คือ บริจาคให้กับโครงการหรือกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดของ พิพัฒน์ ยอดพฤติการ (2562) และกรมควบคุมมลพิษ (2563) ที่กล่าวว่า การกระทำที่แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่าทดแทน หรือการจัดกิจกรรมเก็บขยะในลำคลอง เป็นการตอบแทนสิ่งที่ดีสู่สังคม ดังนั้น ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการควรจัดกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมตั้งแต่ระดับชุมชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบูรณาการร่วมกัน

การเปรียบเทียบการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุนิสมัยสีเขียวของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ดังนี้

จำแนกตามเพศ เพศที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ธรรมชาติ และ นรารักษ์ บุญญานาม (2563) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออู่พลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการในตลาดสดนำซื้อจังหวัดชลบุรี พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออู่พลาสติกย่อยสลายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกร สุขโชติรัตน์ (2563) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากวัสดุรีไซเคิล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัสวรรณ วงกตวรินทร์ (2564) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าจากวัสดุรีไซเคิล แตกต่างกัน และอายุยังส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบูรณ์ เยนศิริ (2563) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบการคัดแยกเศษวัสดุเหลือใช้ในครัวเรือนเพื่อเพิ่มรายได้ให้ชุมชนในอำเภอสตึกจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีรูปแบบการคัดแยกเศษวัสดุเหลือใช้ในครัวเรือนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิตินันท์ เทียบศรี (2564) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลสำนักทองจังหวัดระยอง พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ธรรมชาติ และนรารักษ์ บุญญานาม (2563) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออู่พลาสติกย่อยสลายของผู้ประกอบการในตลาดสดนำซื้อจังหวัดชลบุรี พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออู่พลาสติกย่อยสลายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานสมรสที่แตกต่างกันมีการปฏิบัติตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบูรณ์ เยนศิริ (2563) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบการคัดแยกเศษวัสดุเหลือใช้ในครัวเรือนเพื่อเพิ่มรายได้ให้ชุมชนในอำเภอสตึกจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีรูปแบบการคัดแยกเศษวัสดุเหลือใช้ในครัวเรือนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลงานวิจัยครั้งนี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ทั้งในด้านการดำเนินงาน การพัฒนากลยุทธ์ การเพิ่มรายได้ การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และการสร้างประสบการณ์คุณค่าเชิงสร้างสรรค์
2. สามารถนำผลงานวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการดำเนินงานด้านธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสีเขียวรุ่นใหม่ในสังคมต่อไป
3. นำผลจากงานวิจัยไปสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาและการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนอื่น ๆ เช่น ตัวแปรด้านเศรษฐกิจ ตัวแปรด้านสังคม และตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อม และทำการศึกษาเฉพาะเจาะจงไปในเงื่อนไขระดับใดเงื่อนไขหนึ่งเพื่อให้เกิดความรู้ในเชิงลึก
2. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และนำข้อมูลมาเสริมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะกับอุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคต่อไป
3. ควรศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่และบริบทชุมชนตามแนวทาง 7 อุปนิสัยสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี
4. ควรศึกษาแนวทางเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมสีเขียวในพื้นที่ตามแผนยุทธศาสตร์การค้ากลุ่มจังหวัดภาคกลางเพื่อรองรับการเติบโตและสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของประเทศในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง (2566: ออนไลน์). ข้อมูลประชากร. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2566. เข้าถึงได้จาก <http://dashboard.anamai.moph.go.th/population/pop-all/changwat/year>
กนกวรรณ ธรรมชาติ และนรรักษ์ บุญญานาม (2563). รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ และการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4 ประจำปี 2563.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- กาญจนา โทหา (2563). การพัฒนารูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพสวน
พยอมจังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารสิ่งแวดล้อม ปีที่ 24 ฉบับที่ 2**(กรกฎาคม-ธันวาคม 2563).
กุลชลี รื่นรมย์. (2553). **การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ฐิตินันท์ เทียบศรี (2564). **พฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยของประชาชนในเขตเทศบาลตำบล
สำนักท้อน อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง.ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการ
สิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.**
- นภัสวรรณ วงกตวรินทร์ (2564). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว..**
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ (2562). **7 อุปนิสัยสีเขียวเพื่อโลก** สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2566 เข้าถึง
ได้จาก <https://www.smartsme.co.th/content/230408>
- พัลลภ จันทรกระจ่าง (2563). **การจัดการโลจิสติกส์ด้วยเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน.วารสาร
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 39 ฉบับที่ 4**
(กรกฎาคม-สิงหาคม 2563).
- แพรว อังธนากุล (2565). **ความตั้งใจซื้อสินค้าไร้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขต
กรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
- สมบูรณ์ เย็นศิริ. (2563). **รูปแบบการคัดแยกเศษวัสดุเหลือใช้ในครัวเรือนเพื่อเพิ่มรายได้ให้ชุมชน
ในอำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.**
- สวรรยา ธรรมอภิพล จันทรฉาย ทองรอด และนรมน สารผล (2562). **แรงจูงใจในการลดแก้ว
พลาสติกด้วยแนวคิดแก้วน้ำส่วนตัวแลกส่วนลดเครื่องดื่ม กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัย
ศิลปากร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปีที่ 12 ฉบับที่ 6**
(พฤศจิกายน-ธันวาคม 2562).
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช), (2562). **เศรษฐกิจสีเขียว**. ปทุมธานี:
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- Cochran, W.G. (1993). **Sampling Techniques**. 2th ed. New York: wiley & Sons,
Inc.Doyle. Retrieved from
<https://www.techtarget.com/searchcio/definition/competitive-advantage>.
- Likert Rensis. (1967). **The Method of Constructing and Attitude Scale**. In Reading



in Fishbein, M(Ed.), Attitude Theory and Measurement (pp.90-95). New York: Wiley & Sons.

Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An introductory analysis**. 2th ed. New York: Harper and Row.