

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือและการจัดการซากโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค กลุ่มเจนเนอเรชันวาย

Mobile Phone Usage Behavior and Discarded Mobile Phone Management of Consumers Generation Y

Received:	February	7, 2019
Revised:	August	20, 2019
Accepted:	August	26, 2019

สวรยา ธรรมอภิพล (Sawanya Thamma-apipon)*

อลิสา เจริญรูป (Alisa Charoenroop)**

อารยา เกตุรวม (Araya Ketraum)**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือและพฤติกรรมการจัดการซากโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย โดยศึกษากับอาจารย์ บุคลากร นักศึกษา และผู้ประกอบการร้านค้า ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่อยู่ในเจนเนอเรชันวาย (เกิดพ.ศ.2523 – พ.ศ.2540) จำนวน 400 คน เพื่อเป็นกรณีศึกษาสำหรับบริบทของสถานศึกษา รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุดและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอผลการศึกษาดูโดยการพรรณนาความ

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.50 สถานภาพนักศึกษา ร้อยละ 86.50 อายุ 21-26 ปี ร้อยละ 87.50 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 90.50 และสถานภาพโสด ร้อยละ 93.75 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่มีโทรศัพท์มือถือใช้ครั้งแรก อายุ 10-15 ปี ร้อยละ 86.50 ใช้โทรศัพท์มือถือไอโฟน ร้อยละ 51.25 อายุการใช้งานเฉลี่ย 1-3 ปี/เครื่อง ร้อยละ 70.75 ข้อคำนึงในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เพราะตอบโจทย์ความต้องการ ร้อยละ 31.25 ช่วงเวลาที่ใช้ 21.01 ขึ้นไป ร้อยละ 81.00 ระยะเวลาที่ใช้ 7 ชั่วโมงขึ้นไป/วัน ร้อยละ 77.25 วัตถุประสงค์หลักในการใช้เพื่อความบันเทิงและนันทนาการ ร้อยละ 78.50 แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุดคือ เฟสบุ๊ก ร้อยละ 43.00 และระยะเวลาในการใช้ 30 นาที – 1 ชั่วโมง ร้อยละ 46.25 พฤติกรรมการจัดการซากโทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่เก็บเอาไว้เฉย ๆ ร้อยละ 66.50 โดยจะคัดแยกออกจากขยะประเภทอื่น ร้อยละ 81.00 และจัดเก็บใส่ถุงพลาสติกทั่วไปและนำไปกำจัดโดยนำไปทิ้งยังจุดวางถังของเทศบาลหรืออบต. ร้อยละ 83.25

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ / การจัดการซากโทรศัพท์มือถือ / เจนเนอเรชันวาย

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: sawanya@ms.su.ac.th.

Assistant Professor Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University.

** นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: miew.mgj@gmail.com และ

E-mail: paintaraya@gmail.com

Student, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

Abstract

This research aims was to mobile phone usage behavior mobile phone and was to study waste management behavior, mobile phone of Consumers Generation Y. The study conducted data collection using a questionnaire mobile phone user that is during the Generation Y (Born during the year 1980-1997). In Silpakorn University Petchaburi Information Campus, divided into 4 groups, namely, teachers, personnel, students and shop operators, 400 people. Data were analyzed using statistics, percentage, mean, maximum value, minimum value, standard deviation.

The study of general information of respondents found that most of them were female, 65.50%, with 86.50 % student status, aged between 21-26 years, 87.50%. The highest education level was 90.50% and had status Single image, 93.75%

The behavior of the mobile phone users of the sample group found that most of them had mastered the mobile phone for the first time, aged 10-15 years, 86.50%, using the iPhone phone 51.25%. The maximum usage life is about 1-3 years, 70.75%. The consideration in making a decision to buy a phone is because it meets the most needs of 31.25%. The time spent using the phone is 21.01% and up 81.00%. The time spent using the phone is 7 hours. Up/day 77.25%. The main purpose of using phones for entertainment and recreation is 78.50%. The most frequently used applications are Facebook, 43.00% and The duration of using social networks is in the 30 minutes - 1 hour percentage. 46.25%.

The behavior of the mobile phone carcass management of the sample group found that most of the mobile phones have been worn out or expired after being kept idle. What does 66.50% do to separate from other types of waste 81.00% By sorting and storing in general plastic bags to be disposed of by dumping it at the municipal tank or the SAO 83.25%.

Keywords: Mobile phone usage behavior /Discarded Mobile phone management /Generation Y

บทนำ

จากความก้าวหน้าและการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การบริโภคสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และกระจายไปยังประชากรทุกช่วงวัยมีจำนวนเพิ่มขึ้น อาทิเช่น โทรศัพท์มือถือ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ ฯลฯ โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือได้กลายมาเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพราะไม่ได้มีประโยชน์เพียงการใช้เพื่อการติดต่อพูดคุยกันแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถใช้ประโยชน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินเพื่อความบันเทิง เพื่อรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในการทำธุรกิจระหว่างกัน เป็นต้น จากการพัฒนาของบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือ อัตราการแข่งขันของธุรกิจการสื่อสาร ประกอบกับความต้องการของผู้บริโภคที่ตอบโจทยความต้องการกับยุคสมัย มีส่วนเร่งทำให้โทรศัพท์มือถืออยู่ในสภาพตกทุนเร็วยิ่งขึ้น โดยจากรายงานวิจัยเรื่อง “ขยะอิเล็กทรอนิกส์” ปัญหาสิ่งแวดล้อมจากสังคมเทคโนโลยี พบว่า โทรศัพท์มือถือ มีอัตราการเปลี่ยนเครื่องบ่อยที่สุดโดยมีอายุใช้งานเฉลี่ย 18 เดือน ทั้ง ๆ ที่ยังไม่หมดอายุการใช้งาน โทรศัพท์มือถือที่หมดอายุการใช้งาน ล้าสมัย รวมถึงโทรศัพท์มือถือที่ไม่เป็นที่ต้องการจะกลายเป็น “ซากโทรศัพท์มือถือหรือขยะอิเล็กทรอนิกส์” ซึ่งจัดเป็นขยะอันตราย เนื่องจากมีส่วนประกอบของสารพิษจำพวกสารโลหะหนักในแบตเตอรี่และแผงวงจรไฟฟ้า หากนำไปจัดการที่ไม่ถูกวิธีจะก่อให้เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ได้ในที่สุด ซึ่งปัจจุบันปัญหาปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์มีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นเป็น 3 เท่าของขยะมูลฝอยในชุมชน โดยเฉพาะขยะที่มาจากผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงรุ่นและตกทุนอยู่ตลอดเวลา ทำให้มีการเลิกใช้และถูกทิ้งเป็นขยะสะสมปริมาณมาก และกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายหรือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 –พ.ศ. 2540 (อายุ 22 – 39 ปี ณ ปี พ.ศ. 2562) ถือเป็นกลุ่มที่เติบโตขึ้นมาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงและค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายายกับรุ่นพ่อแม่ และรับเอาความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีเข้ามาในการดำรงชีวิตประจำวัน ในขณะที่ระบบการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยยังขาดระบบการบริหารจัดการที่ครบวงจร ตั้งแต่การคัดแยกหรือถอดแยก การเก็บรวบรวม การนำกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงยังไม่มีสถานที่กำจัดที่ได้มาตรฐานอย่างถูกต้อง รวมถึงปัญหาในระบบการจัดการเนื่องจากมีการทิ้งขยะอิเล็กทรอนิกส์ปะปนกับขยะทั่วไป การไม่มีจุดสำหรับทิ้งขยะอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกวิธี

มหาวิทยาลัยศิลปากร นับเป็นพื้นที่ศึกษาที่เป็นแหล่งรวมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (อายุ 22–39 ปี ณ ปี พ.ศ. 2562) ทั้งที่เป็นอาจารย์ บุคลากร นักศึกษา และผู้ประกอบการร้านค้า ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยเรียนและวัยทำงาน ซึ่งมีกิจกรรมและการติดต่อสื่อสารเพื่อการเรียน การทำงาน การทำธุรกิจ รวมถึงการนันทนาการและการพักผ่อน และยังเป็นกลุ่มคนที่ยังคงอยู่ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงและใกล้ชิดกับเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย และการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์จากซากโทรศัพท์มือถือของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย เพื่อให้ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปกำหนดแนวทางในการวางแผนจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์จากซากโทรศัพท์มือถืออย่างมีประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงในการปนเปื้อนของสารพิษสู่สิ่งแวดล้อมและมนุษย์

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจัดการซากโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับเจนเอเรชั่น

กลุ่มคนที่เกิดในยุคหนึ่งคร่าวๆ เดียวกันจะมีประสบการณ์จากเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่คล้าย ๆ กัน ซึ่งทำให้เกิดเอกลักษณ์ในทัศนคติหรือพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตซึ่งจะแตกต่างกันไปตามรุ่น มนัสวี ศรีนนท์ (2561) ได้กล่าวถึงการแบ่งกลุ่มในแต่ละยุคสมัยออกเป็นเจนเอเรชั่น ดังนี้

1) **Generation Baby Boomer** หรือเรียกว่า “เจนบี” (Gen-B) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2507 หรือกลุ่มผู้สูงอายุในปัจจุบัน (อายุ 55 - 73 ณ ปี พ.ศ. 2562) คนกลุ่มนี้เกิดหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากแต่ละประเทศต้องการเพิ่มจำนวนประชากรเพื่อมาพัฒนาประเทศที่บอบช้ำจากศึกสงคราม ทำให้คนกลุ่มนี้ได้รับรู้ถึงความลำบากของพ่อแม่ ความแร้นแค้นทางเศรษฐกิจ ภาวะวันวายต่าง ๆ ทำให้ลักษณะของคนกลุ่มนี้มีความอดทนสูง สู้งาน ชอบทำงานและประสบความสำเร็จด้วยตัวเอง เนื่องจากมีประชากรจำนวนมากที่เกิดในช่วงเดียวกัน ทำให้มีการแข่งขันสูง เชื้อมั่งและรับฟังคำสั่งจากผู้นำหรือหัวหน้างานที่มีองค์ความรู้มากกว่า แต่ใช้ชีวิตที่เรียบง่าย

2) **Generation X** หรือเรียกว่า “เจนเอ็กซ์” (Gen-X) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2508 – 2522 หรือกลุ่มคนวัยทำงานในปัจจุบัน (อายุ 40 - 54 ณ ปี พ.ศ. 2562) คนกลุ่มนี้เกิดขึ้นหลังจากการผลิตประชากรจำนวนมากจนกระทั่งต้องคุมกำเนิด ขณะเดียวกันเป็นยุคที่เทคโนโลยีเริ่มทันสมัยและแพร่หลายขึ้น ทำให้คนกลุ่มนี้เริ่มมีความอดทนน้อยลง มักจะตั้งคำถามว่าทำไมชีวิตต้องทน ในเมื่อมีโอกาสและตัวเลือกมากขึ้น คนกลุ่มนี้เลือกทำงานที่ชอบ รักอิสระ และมีความคิดสร้างสรรค์ แหวกกรอบ

3) **Generation Y** หรือเรียกว่า “เจนวาย” (Gen-Y) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2523 - 2540 (อายุ 22 - 39 ปี ณ ปี พ.ศ. 2562) ซึ่งเป็นกลุ่มคนระดับปริญญาตรีจนถึงเริ่มทำงานใหม่ คนกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมเทคโนโลยีทันสมัยและแพร่หลาย รวมทั้งองค์ความรู้ ทำให้มีความอดทนน้อยลง สมาธิสั้น เปลี่ยนงานบ่อย คนกลุ่มนี้ชอบการทำงานเป็นทีม ทำงานร่วมกันมากกว่าฟังคำสั่งจากหัวหน้าหรือผู้นำอย่างเดียว และการบังคับขู่เข็ญจากพ่อแม่

4) **Generation Z** หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “เจนแซด” (Gen-Z) เป็นกลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ขึ้นไป (อายุน้อยกว่า 22 ปี ณ ปี พ.ศ. 2562) ซึ่งเป็นคนกลุ่มวัยแรกเกิดจนถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย คนกลุ่มนี้เกิดมาด้วยการเลี้ยงดูที่เพียบพร้อมด้วยเทคโนโลยีทันสมัยและมีตัวเลือกมากขึ้น ทำให้คนกลุ่มนี้ชอบความสะดวกสบาย ไม่ชอบพิธีการและสามารถทำอะไรหลาย ๆ อย่างได้ในคราวเดียวกัน รายละเอียดของเจนเอเรชั่น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เจเนอเรชันและปี พ.ศ.เกิด

ที่	เจเนอเรชัน	ปี พ.ศ.เกิด
1	เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer)	2489 - 2507
2	เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X)	2508 - 2522
3	เจเนอเรชันวาย (Generation Y)	2523 - 2540
4	เจเนอเรชันแซด (Generation Z)	2540 ขึ้นไป

ที่มา : มนัสวี ศรีนนท์ (2561)

2. ความรู้เกี่ยวกับขยะอิเล็กทรอนิกส์

ความหมายของขยะอิเล็กทรอนิกส์

ชมพูนุท พรหมภักดี (2558) ได้ให้ความหมายของขยะอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า “ขยะอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Waste หรือ E-Waste) หรือเรียกอย่างเป็นทางการว่า ซากผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Waste from Electrical and Electronic Equipment's: WEEE)” หมายถึง อุปกรณ์ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เป็นที่ต้องการ ล้าสมัย หมดอายุการใช้งานหรือไม่ต้องการใช้งานอีกต่อไป โดยอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ต้องการแล้วเหล่านี้อาจจะกลายมาเป็นขยะอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดการอย่างถูกวิธี เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นซีดี/ดีวีดี โทรศัพท์ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องรับส่ง โทรสาร ปริ้นเตอร์ เครื่องเสียง เครื่องดูดฝุ่น เตารีดไมโครเวฟ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า หลอดไฟ เครื่องมือเครื่องใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น

สถานการณ์ขยะอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

จากรายงานสถานการณ์มลพิษประเทศไทย ปี พ.ศ. 2557 กรมควบคุมมลพิษได้คาดการณ์ปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์หรือซากผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อยู่ที่ ประมาณ 376,801 ตัน ซึ่งเป็นปริมาณรวมจากซากผลิตภัณฑ์ฯ เพียง 8 ชนิด ได้แก่ โทรศัพท์ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า คอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นวีซีดี/ดีวีดี โทรศัพท์มือถือ และกล้องถ่ายรูปดิจิทัล ดังนั้น หากรวมทุกประเภทผลิตภัณฑ์เหมือนสหภาพยุโรป (10 กลุ่มผลิตภัณฑ์) คาดว่า ปริมาณขยะ อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยน่าจะสูงกว่านี้หลายเท่า เช่นเดียวกับประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย ขยะอิเล็กทรอนิกส์หรือ “ของเก่า” ในความเข้าใจของคนไทย มักจะถูกขายให้กับพ่อค้ารับซื้อของเก่าหรือชาเล้งที่มาตระเวนรับซื้อจากบ้านเรือนเพื่อนำไปถอดแยกชิ้นส่วนเพื่อขายเป็นวัสดุรีไซเคิล เช่น ทองแดง อลูมิเนียม พลาสติก เป็นต้น ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปริมาณซากผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปี 2555-2560

ลำดับ	ประเภทผลิตภัณฑ์	ปริมาณซากผลิตภัณฑ์ (ตัน/ปี)					
		พ.ศ. 2555	พ.ศ. 2556	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	พ.ศ.2560
1	โทรทัศน์	45,163	101,286	103,610	106,335	108,781	98,369.71
2	เครื่องปรับอากาศ	26,448	71,821	73,469	74,799	76,519	75,419.61
3	ตู้เย็น	41,100	63,092	64,540	65,765	67,278	63,884.71
4	เครื่องซักผ้า	-	58,930	60,282	60,492	61,883	60,851.64
5	คอมพิวเตอร์	17,711	53,958	55,195	57,058	58,370	56,078.54
6	เครื่องเล่นวีซีดี/ดีวีดี	-	17,458	55,195	57,058	58,370	30,436.42
7	โทรศัพท์	767	1,620	1,658	1,682	1,721	8,797.58
8	กล้องถ่ายรูปดิจิทัล	-	184	188	190	194	7,539.998
	รวม	131,198	368,349	376,801	384,233	393,070	401,387.21

ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ (2557)

หลักการโดยทั่วไปในการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ 1) การลดการใช้ให้น้อยลง (Reduce) หมายถึง ลดการบริโภคตั้งแต่แรกโดยไม่ซื้อของฟุ่มเฟือยและหากจำเป็นต้องซื้อให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย ไม่มีสารอันตรายหรือมีในปริมาณต่ำ ประหยัดพลังงานและสามารถรีไซเคิลได้ง่ายเมื่อผลิตภัณฑ์กลายเป็นซาก โดยอาจพิจารณาเลือกซื้อสินค้าที่มีฉลาก มอก. หรือฉลากเขียว หรือฉลากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของต่างประเทศ 2) การใช้ซ้ำ (Reuse) เป็นการยืดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์โดยอาจซ่อมแซมหรือปรับปรุงให้ทันสมัย โดยระมัดระวังไม่ให้สารอันตรายจากชิ้นส่วนเก่าปนเปื้อนสู่สิ่งแวดล้อม 3) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) โดยการคัดแยกเพื่อขายให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อรับซื้อคืนไปรีไซเคิลอย่างถูกต้อง

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาสกร จิตรไคร์ครวญ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้และทัศนคติของผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค กรณีศึกษาภูเก็ต พลัส ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ส่วนมากใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวัน และใช้ระยะเวลามากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไปในแต่ละวัน

ปรัชญา หินศรีสุวรรณ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) ช่วงเวลาที่เข้าใช้งานมากที่สุด คือช่วงดึก (19.00 – 24.00 น.) ใช้เวลาในการเข้าใช้ประมาณ 30 นาทีและเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุก ๆ วัน

ฤทธิชัย เจริญผ่อง (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง วิวัฒนาการโทรศัพท์มือถือ ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการของผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนนั้นมีความหลากหลาย เช่น ต้องการ social network ต้องการความบันเทิง ต้องการการความสะดวกในการรับข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้นำไปสู่การพัฒนาเพื่อเพิ่ม

ประสิทธิภาพของสมาร์ทโฟนขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อการใช้งานที่ดีขึ้น หรือจะเป็นการพัฒนาฟังก์ชันใหม่ ๆ ออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการ

ปารมี พัฒนดุล และวิโรจน์ เกษฎาลักษณ์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ความรู้และทัศนคติของผู้บริโภค ในอำเภอปากเกร็ดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน จะช่วยเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของผู้บริโภค อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

วิธีดำเนินการศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ เรื่องแนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น แนวคิดเกี่ยวกับขยะอิเล็กทรอนิกส์และการจัดการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ ตำรา รายงานการวิจัยและฐานข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ที่ได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran (Cochran, 1977 อ้างใน ธัญทิ เอกะกุล, 2543) กรณีไม่ทราบขนาดประชากร และกำหนดสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ บุคลากร นักศึกษา และผู้ประกอบการร้านค้า ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย (เกิดในช่วงปี พ.ศ.2523 – พ.ศ.2540) โดยในแบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ และพฤติกรรมการจัดการซากโทรศัพท์มือถือ

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.50 สถานภาพนักศึกษา ร้อยละ 86.50 อายุ 21-26 ปี ร้อยละ 87.50 การศึกษาสูงสุดอยู่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 90.50 และสถานภาพโสด ร้อยละ 93.75 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	138	34.50
หญิง	262	65.50
2. สถานภาพ		
นักศึกษา	346	86.50
อาจารย์	11	2.75
บุคลากรสายสนับสนุน	8	2.00
พนักงาน/ลูกจ้าง	5	1.25
ผู้ประกอบการร้านค้า	30	7.50
3. อายุ		
21-26 ปี	350	87.50
27-32 ปี	23	5.75
33-38 ปี	27	6.75
4. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	8	2.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	8	2.00
อนุปริญญา/ปวส.	9	2.25
ปริญญาตรี	362	90.50
สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.25
5. สถานภาพ		
โสด	375	93.75
สมรส	21	5.25
หม้าย/หย่าร้าง	4	1.00

2. พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีโทรศัพท์มือถือใช้ครั้งแรกเมื่ออายุ 10-15 ปี ร้อยละ 86.50 ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ iPhone ร้อยละ 51.25 มีอายุการใช้งานเฉลี่ยประมาณ 1-3 ปี ร้อยละ 70.75 ข้อคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เพราะตอบโจทย์ความต้องการมากที่สุด ร้อยละ 31.25 ช่วงเวลาในการใช้โทรศัพท์ เวลา 21.01 ขึ้นไป ร้อยละ 81.00 ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์ 7 ชั่วโมงขึ้นไป/วัน ร้อยละ 77.25 วัตถุประสงค์หลักในการใช้โทรศัพท์เพื่อความบันเทิงและนันทนาการ ร้อยละ 78.50 แอปพลิเคชันที่เล่นบ่อยที่สุดคือ เฟสบุ๊ก ร้อยละ 43.00 และระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในช่วง 30 นาที – 1 ชั่วโมง ร้อยละ 46.25 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. อายุในการมีโทรศัพท์ในครอบครองครั้งแรก		
ต่ำกว่า 10 ปี	5	1.25
10-15 ปี	346	86.50
16-20 ปี	44	11.00
21 ปีขึ้นไป	5	1.25
2. โทรศัพท์ที่ใช้ในปัจจุบัน		
iPhone	205	51.25
Samsung	83	20.75
Vivo	38	9.50
Oppo	53	13.25
Huawei	14	3.50
อื่น ๆ (Xiaomi, Nokia, Wiko, Motorola)	7	1.75
3. อายุเฉลี่ยของการใช้งานโทรศัพท์มือถือ		
1-3 ปี	283	70.75
4-6 ปี	113	28.25
7 ปีขึ้นไป	4	1.00
4. ข้อคำนึงในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ		
ราคา	67	16.75
ความสวยงาม	51	12.75
ความแข็งแรงคงทน	116	29.00
ยี่ห้อ	41	10.25
ตอบโจทย์ความต้องการ	125	31.25
5. ช่วงเวลาที่เล่นโทรศัพท์มือถือ		
เวลาสาย (09.01 – 12.00 น.)	4	1.00
เวลาบ่าย (12.01 – 15.00น.)	4	1.00
เวลาเย็น (15.01 – 18.00น.)	8	2.00
เวลาค่ำ (18.01 – 21.00น.)	60	15.00
เวลาดึก (21.01 น. ขึ้นไป)	324	81.00

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
6. ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์มือถือ		
1-3 ชั่วโมง	47	11.75
4-6 ชั่วโมง	44	11.00
7 ชั่วโมงขึ้นไป	309	77.25
7. วัตถุประสงค์หลักในการใช้โทรศัพท์มือถือ		
เพื่อใช้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ	29	7.25
เพื่อความบันเทิงและนันทนาการ	314	78.50
เพื่อเล่น social ต่าง ๆ	57	14.25
8. แอปพลิเคชันที่เล่นในโทรศัพท์มือถือ		
เฟสบุ๊ก	172	43.00
ไลน์	26	6.50
อินสตราแกรม	86	21.50
ทวิตเตอร์	76	19.00
อื่น ๆ (เล่นเกมส์, ยูทูบ)	40	10.00
9. ระยะเวลาในการเล่นเครือข่ายสังคมออนไลน์		
น้อยกว่า 30 นาที	12	3.00
30 นาที – 1 ชั่วโมง	185	46.25
2-3 ชั่วโมง	167	41.75
4-5 ชั่วโมง	12	3.00
6-7 ชั่วโมง	7	1.75
8 ชั่วโมงขึ้นไป	17	4.25

3. พฤติกรรมการจัดการซากโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีการจัดการโทรศัพท์มือถือที่เสื่อมสภาพหรือหมดอายุการใช้งานแล้วโดยการเก็บเอาไว้เฉย ๆ ไม่ทำอะไร ร้อยละ 66.50 โดยทำการคัดแยกออกจากขยะประเภทอื่น ร้อยละ 81.00 และจัดเก็บใส่ถุงพลาสติกทั่วไป ร้อยละ 50.50 นำไปกำจัดโดยนำไปทิ้งยังจุดวางถังของเทศบาลหรืออบต. ร้อยละ 83.25 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 พฤติกรรมการจัดการซากโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. วิธีการจัดการโทรศัพท์ที่เสื่อมสภาพ		
ขายให้กับร้านรับซื้อของเก่า/ ร้านสินค้ามือสอง/ร้านโทรศัพท์	34	8.50
ซ่อมแซมเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่	64	16.00
เก็บไว้เฉย ๆ ไม่ทำอะไร	266	66.50
ให้คนอื่น	23	5.75
ทิ้งในถังขยะ	12	3.00
กำจัดเอง โดยการเผาหรือฝังดิน	1	0.25
2. วิธีการคัดแยก		
ทิ้งรวมกับขยะประเภทอื่นโดยไม่คัดแยก	76	19.00
ทิ้งแยกจากขยะประเภทอื่น	324	81.00
3. วิธีการจัดเก็บ		
เก็บในถุงพลาสติกสีดำ	76	19.00
เก็บในถังที่มีฝาปิดมิดชิด	103	25.75
เก็บในถุงพลาสติกทั่วไป	202	50.50
อื่น ๆ	19	4.75
4. วิธีการทิ้ง		
ทิ้งยังจุดวางถังของเทศบาลหรืออบต.	333	83.25
ทิ้งยังจุดรับซากโทรศัพท์หรือศูนย์ จำหน่ายโทรศัพท์	54	13.50
อื่น ๆ (เก็บไว้ในกล่อง, ตู้รับบริจาค, ถังขยะธรรมดา, แลกสินค้า)	13	3.25

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย จะเห็นได้ว่าอายุการใช้งานโทรศัพท์มือถือค่อนข้างสั้นเฉลี่ยเพียง แค่ 1-3 ปี โดยผู้บริโภคจะเปลี่ยนหรือทิ้งโทรศัพท์มือถือ ทั้งที่ไม่หมดอายุการใช้งาน เนื่องจากกระแสการบริโภคนิยมและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีรุ่นใหม่อย่างรวดเร็ว รวมถึงบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือมีการผลิตสินค้ารุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคที่บ่อยมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิชัย เจริญผ่อง (2557) ที่ได้กล่าวว่า ความต้องการของผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนในปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งเพื่อความบันเทิง เพื่อการรับข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น การพัฒนาฟังก์ชันในการใช้งานจึงเป็นเหตุทำให้สมาร์ทโฟนตกเกรดได้อย่างรวดเร็วขึ้น สำหรับช่วงเวลาที่ใช้โทรศัพท์เวลา 21.01 น. ขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ว่างจากการเรียน การทำงาน การทำกิจวัตรประจำวัน และเป็น

ช่วงเวลาของการพักผ่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญา หินศรีสุวรรณ (2553) ที่ได้กล่าวว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ใช้สมาร์ทโฟนในการเล่นโซเชียลมีเดียมากที่สุดในช่วงเวลา 19.00 – 24.00 โดยมีระยะเวลาการใช้ประมาณ 30 นาที ส่วนวัตถุประสงค์หลักที่ใช้ คือ เพื่อความบันเทิงและนันทนาการ โดยเฉพาะการรับชมสื่อออนไลน์ยูทูป (YouTube) เนื่องจากเป็นวิธีการผ่อนคลายจากความเครียดจากการเรียน การทำงาน เพราะยูทูปมีเนื้อหาที่มีคุณภาพ น่าสนใจ และมีความหลากหลาย ง่ายต่อการเข้าถึงและการค้นหาวิดีโอต่างๆได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2558) ที่ได้กล่าวว่า การใช้ประโยชน์จากสมาร์ทโฟนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง

ส่วนพฤติกรรมในการจัดการซากโทรศัพท์มือถือที่หมดอายุการใช้งานหรือไม่ต้องการใช้แล้ว ส่วนใหญ่มีการคัดแยกออกจากขยะประเภทอื่น นั้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างรู้ว่าควรคัดแยกซากโทรศัพท์มือถือจากขยะประเภทอื่น แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างจะเก็บซากโทรศัพท์มือถือไว้ในถุงพลาสติกทั่วไปและนำไปทิ้งในถังรวมที่เทศบาลจัดไว้ให้ เนื่องจากไม่ทราบว่าต้องนำไปจัดการอย่างไรจึงจะถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของปารมี พัฒนดุล และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ (2559) ที่ได้กล่าวว่า การที่ผู้บริโภคมีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคจะสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและดำเนินการจัดการได้อย่างถูกวิธี ดังนั้นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน จะเป็นกลไกสำคัญให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการจัดการขยะได้อย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะดำเนินการจัดการซากโทรศัพท์มือถือโดยเก็บไว้เฉยๆ เนื่องจากไม่ทราบว่าต้องนำไปจัดการอย่างไรจึงจะถูกต้องเหมาะสม หรือทิ้งรวมกับขยะทั่วไปตามจุดวางถังรวม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ รวมถึงมหาวิทยาลัยควรมีการให้ความรู้เรื่องการจัดการซากโทรศัพท์มือถือและขยะจากซากอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่นๆ ผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงการกำหนดจุดวางถังเฉพาะสำหรับรองรับขยะจากซากอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงขยะอันตรายชนิดอื่น ๆ เช่น หลอดไฟ ถ่านไฟฉาย ฯลฯ เพื่อรวบรวมนำไปจัดการอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษากลุ่มเจเนอเรชันอื่นของสังคมไทย เพื่อศึกษาในบริบทของประชากรที่เกิดในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เพื่อนำไปประกอบการกำหนดแนวทางการจัดการซากโทรศัพท์มือถือที่เหมาะสมสำหรับกับบริบทสังคมไทยและพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชันต่าง ๆ

BangkokUniversityResearchCenter.(2015).“**Chīwītpṛāchamwankhōṅgyaowachonnaiyusū’ōṅlai**
” Daily life of youth in the online media era. Bangkok: Bangkok University.

Charoenphong, R. (2014). “**Wīwatthanākānsōsapmūthū.**” **Mobile phone evolution.** Restive December
 9, 2018 from <http://greenglass789.blogspot.com/>

Environmental Research and Training Center Department of Environmental Quality Promotion Ministry of
 NaturalResourcesandEnvironment.(2014).“Khaya’īleksōṅikPanhasīngwætōmchāksangkhomthēk
 nōlōyī” Electronic waste Environmental problems from society Technology. **Green**
Research 11, 26: 1 - 34.

Hinsrisuwan,P.(2012).“**Rūpbāēpkādamnoēnchīwītlāphruttikamkānchaingānkhūrākhaīsangkho**
m’ōṅlaikhōṅgnaksuksāmahāwīthayaīaichīāngmai” Lifestyle and Social Network
Behavior of Chiang Mai University Students. Independent Research Information
 Technology and Management Faculty of Science Chiang Mai University.

Jithkraikroun,P.(2010).“**Theknoṭōyīkhōṅgsūmailākānnamsanoētūatontoṅsangkhomkapphrutti**
kamkānsūsānbonkhūrākhaīsangkhom’ōṅlai *.” **New Media Technology, Social**
Presence and Communication Behavior on Online Social Network. Thesis Master
 of Art Public Relation Faculty of Communication Art Chulalongkorn University.

Patanadul,P.Jadesadalug,V.(2016).“**Patchaithīmīphontoṅkāntangchaisūphalittaphanphūasingwætō**
mkhōṅghūbōrīphok’āmphōēpākṛetChangwatnonthaburi*.” **FactorsAffectingPurchasesel**
ntention Of Eco-Products Among Consumers In Pak Kret Area, Nonthaburi Province.
Veridian E-Journal, Silpakorn University. Vol. 9 No. 2 May - August 2016.

Phromphak, C. (2015). “**Nāēothāṅgkānrāpmūpanhākhaaya’īleksōṅiknaiprathedthai” TheWays**
to Cope with the Problem of Electronic Waste in Thailand. Research
 groupandAcademic Information The Secretariat of The Senate.

PollutionControlDepartment.(2014).“**Suānkhōṅgsiā’antarāiSamnakchātkaṅkākkhōṅgsiālaēsān**
’antarāi” Hazardous waste the waste management and hazardous waste. Restive
 February 5, 2019 from www.pcd.go.th

Srinont, M. (2018). “**Tritdīchenērechankapkrōpnāēokhit” Theory of Generation and Cognitive**
Framework. MBU Education Journal. Vol. 6 No. 1 January – June 2018