

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทัศนคติ
และพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อม
ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Social Media Exposure, Knowledge, Attitudes
and Behaviors to Care
Environment According to the Circular Economy
Principles of Bangkok Residents

ชนาพร พัฒนเลิศรัตน์ไชย¹ และ วีรพงษ์ พวงเล็ก²
Chanaporn Pattanalerdrattanachai¹ and Weerapong Ponglek²

สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดปทุมธานี 12120¹
Strategic Communication Bangkok University, Pathum Thani 12120 Thailand¹
สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดปทุมธานี 12120²
Strategic Communication Bangkok University, Pathum Thani 12120 Thailand²

*Corresponding Author E-mail: chanaporn.pattana@gmail.com

(Received: October 16, 2022; Revised: March 22, 2023; Accepted: March 22, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมที่มีต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาความสามารถของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ความรู้และทัศนคติในการร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ศึกษาเป็นกลุ่มบุคคลทั้งเพศชาย เพศหญิง และ LGBTQ+ ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ไปจนถึง 60 ปีขึ้นไป ที่รู้จักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และเพื่อให้งานวิจัยมีความสามารถในการอ้างอิงไปยังประชากรเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มโดยการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976) โดยกำหนดระดับความน่าเชื่อมั่น 95% และขนาดความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 5\%$ ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย จึงมีจำนวน 400 คน และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) โดยมีขั้นตอนได้แก่ การเลือกตัวอย่างแบบขั้น (stratified random sampling) และการเลือกตัวอย่างแบบจับสลาก

ผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและทัศนคติที่เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม สามารถร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้ โดยสร้างเป็นสมการทำนายคือ Y (พฤติกรรมที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม) = $.108 + .52$ (ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม) + $.17$ (การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม) ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อได้ร้อยละ 32.8 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ $.573$ และการที่ตัวอย่างมีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมได้อาจเป็นเพราะงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลในช่วงสถานการณ์ระบาดของโควิด-19 ที่ตัวอย่างมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ทรัพยากรในครั้งเดียวทั้งเพื่อปกป้องตนเองจากโรคโควิด-19

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ, ความรู้, ทัศนคติ, พฤติกรรมที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม

Abstract

The purpose of this study were; 1) to examine the social media exposure related to the environmental stewardship towards the circular economy behaviours of people in Bangkok, 2) to examine the knowledge of the environmental stewardship towards the circular economy behaviours of people in Bangkok, 3) to examine the attitudes related to the environmental stewardship towards the circular economy

behaviours of people in Bangkok, and 4) to examine the capability to use all the social media exposure related to the environmental stewardship, knowledge and attitudes to predict the behaviour trends based on the circular economy principals of people in Bangkok. The study sample included a group of males, females, and LGBTQ+ aged under 18 to 60 who knew how to take care of the environment according to the circular economy principals. To allow inferences drawn from survey to be applied to more population, the researchers determined more sample sizes by using Yamane's ready-made tables (1976). The confidence level was set to 95% and the margin of error to $\pm 5\%$. Then, the sample used in the survey was 400 respondents and the sampling technique was a multi-stage sampling, which included a stratified random sampling and a random sampling.

The results found that the social media exposure related to the environmental stewardship and the attitudes related to the environmental stewardship could be used to predict the behavior trends based on the circular economy principals of people in Bangkok by creating a prediction equation value of Y (Behaviours towards environmental stewardship) = $.108 + .52$ (Attitudes related to the environmental stewardship) + $.17$ (The social media exposure related to the environmental stewardship). This could explain the variance of the social media exposure of 32.8 and a multiple correlation coefficient of .573. That the samples' knowledge according to the environmental stewardship towards the circular economy behaviours was considered high, but could not be used to predict the behaviours may be because this survey collected data during the COVID-19 outbreak situation, where the samples had to use each resource single time to protect to protect themselves from COVID-19.

Keywords: Social Media Exposure, Knowledge, Attitudes, Behaviours towards the Environmental Stewardship

บทนำ

ปัจจุบันผลกระทบจากปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องใกล้ตัวของเราทุกคน ทั้งผลกระทบที่มีต่อสภาพอากาศที่มีความรุนแรงขึ้นทุกปี ซึ่งมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศนั้นมีส่วนมาจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการใช้ยานพาหนะ การเผาป่า จากกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ และหนึ่งสิ่งใกล้ตัวเราทุกคนอย่างปริมาณขยะมูลฝอยที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะขยะในครัวเรือนที่มาจากการอุปโภคบริโภคของประชากร (สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษที่ 13 ชลบุรี, 2561)

ปริมาณขยะมูลฝอยของประเทศไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ใน ปีพ.ศ.2561 โดยปริมาณขยะมูลฝอยจากการอุปโภคบริโภคทั้ง 77 จังหวัดในประเทศไทยมีปริมาณ 22.97 ล้านตัน และในกรุงเทพมหานครมีปริมาณขยะมูลฝอยเกิดขึ้นประมาณ 4.85 ล้านตัน และที่สำคัญขยะเหล่านี้ถูกนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้เพียง 0.92 ล้านตันเท่านั้น (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2562) ซึ่งการใช้ทรัพยากรอย่างไม่รู้คุณค่านั้นนอกจากจะทำให้เกิดปริมาณขยะที่มากขึ้นแล้วยังก่อให้เกิดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ (carbon footprint) ซึ่งหมายถึงปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ โดยมีการคำนวณออกมาให้อยู่ในรูปแบบของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (เกตส์, 2564) การประมวลผลจาก Our world in data พบว่าในปี พ.ศ.2563 ประเทศไทยมีการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นต์สู่ชั้นบรรยากาศสูงถึง 3.69 ล้านตัน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นจากการพัฒนาเศรษฐกิจตั้งแต่ช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรม ทำให้เกิดอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งการคาดการณ์ของ IPCC ว่าในอีก 100 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2556 - พ.ศ. 2643) อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 1.1 – 6.4 องศาเซลเซียสในกรณีที่ไม่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรโลก (ศุภกาญจน์ วิชาชาติ, 2561)

จากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ใน ปีพ.ศ. 2563 ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตั้งแต่รูปแบบการรับประทานอาหารประชาชนที่เลือกใช้พลาสติก

ที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง (single use plastic) เพิ่มขึ้นจากการส่งฟู้ดเดลิเวอรี (food delivery) ราว 78-84% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยในการส่งอาหารจากฟู้ดเดลิเวอรี 1 ยอดรายการ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือ TDRI ได้ระบุว่า จะเกิดขยะพลาสติกมากถึง 7 ชิ้น ได้แก่ กล่องอาหาร ถังน้ำจิ้ม ซ้อนพลาสติก ส้อม พลาสติก ถังใส่ซอสส้อม ถังน้ำซุ๊ป และถุงพลาสติกหิ้วสำหรับใส่อาหารทั้งหมด และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยได้ระบุว่าในช่วงโควิด-19 ทำให้เกิดปริมาณขยะพลาสติกเพิ่มสูงขึ้น 15% เฉลี่ยจากวันละ 5,500 ตันต่อวัน เป็นวันละ 6,300 ตันต่อวัน จำนวนนี้ไม่รวมขยะอันตรายที่เกิดจากโควิด-19 เช่น หน้ากากอนามัยใช้แล้ว (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมศูนย์สารสนเทศสิ่งแวดล้อม, 2563) ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ทำให้อุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นส่งผลไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสภาพอากาศที่มนุษย์กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันจากปริมาณก๊าซเรือนกระจกถึง 50% จากการกระทำของมนุษย์ที่เป็นต้นเหตุหลัก (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน, ม.ป.ป)

จากสถานการณ์ที่อุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นจากการกระทำของมนุษย์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยการใช้ทรัพยากรในทิศทางเดียว ผ่านการผลิต นำไปใช้ และนำไปทิ้ง หรือที่เรียกว่า เศรษฐกิจเส้นตรง โดยไม่มีการใช้ประโยชน์อย่างเต็มรูปแบบ และก่อให้เกิดขยะจำนวนมาก ซึ่งนำไปสู่การเกิดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรได้ในอนาคต และยังส่งผลต่อต้นทุนการผลิตต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และด้วยการคำนึงถึงวิกฤตการขาดแคลนทรัพยากรที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต จึงเกิดแนวทางการขับเคลื่อนในรูปแบบของเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมีหลักการที่เน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำวัสดุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำเพื่อทดแทนการใช้ทรัพยากรใหม่ และยังสามารถลดขยะหรือของเสียเป็นศูนย์โดยการนำขยะที่ถูกใช้แล้ว นำกลับมาผลิตซ้ำให้เกิดการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใหม่ เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2562)

เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมต้องอาศัยการศึกษาและวางแผนเพื่อให้สามารถเข้าถึงประชากรและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยอาศัยหลักทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (Knowledge-Attitude-Practice) ซึ่งใช้ในการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปพฤติกรรมของมนุษย์โดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ (K) ทักษะ (A) และพฤติกรรม (P) โดยการเกิดความรู้เกี่ยว

กับการดูแลสิ่งแวดล้อม ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนจะส่งผลให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ได้แบ่งทัศนคติออกเป็น 3 องค์ประกอบ ตามแนวคิดของ Eagly and Chaiken (1993) ดังนี้ องค์ประกอบด้านความรู้ (cognitive) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (affective) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavioral) และเมื่อเกิดทัศนคติดีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในทางบวกจะเกิดผลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมดูแลสิ่งแวดล้อม ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนตามมา ดังนั้นการที่จะทำให้ประชากรเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้ ทัศนคติที่ดีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนก่อน

การที่จะทำให้เกิดความรู้และทัศนคติที่ดีในปัจจุบัน ผู้วิจัยต้องศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของคนรุ่นใหม่ รายงานของ Digital 2022 Global Overview เมื่อปลายเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 พบว่าประเทศไทยมีอัตราส่วนของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากรทั้งหมดอยู่ที่ 77.8% อยู่เป็นอันดับที่ 34 ของโลก และใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงถึง 9 ชั่วโมง 6 นาทีต่อวัน อยู่เป็นอันดับที่ 7 ของโลก ดังนั้นสื่อในอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีความเหมาะสมในการใช้เป็นที่นำความรู้และเรื่องราวเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เข้าถึงประชาชน (ธนชาตินุมนนท์, 2565)

การส่งสารให้เข้าถึงประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความจำเป็นและแพร่หลายมากในปัจจุบัน ข้อมูลจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปีพ.ศ.2561 พบว่าสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานในประเทศไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ ยูทูบ (Youtube) ร้อยละ 98.8 ไลน์ ร้อยละ 98.6 และเฟซบุ๊ก (Facebook) ร้อยละ 96.0 (สำนักยุทธศาสตร์สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561) ตลอดจนปัจจุบันมีสื่อใหม่อย่างติ๊กต็อก (Tiktok) เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในสังคมไทยปัจจุบัน ทั้งนี้ Everyday Marketing.com พบว่าในเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 ประเทศไทยมีผู้ใช้งานติ๊กต็อกที่มีอายุเกิน 18 ปี มากถึง 35.8 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนกว่า 51.1% ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งเห็นได้ว่าติ๊กต็อกเป็นสื่อใหม่ที่ได้รับความนิยมของประชาชนทั่วไปในประเทศไทย โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความน่าสนใจในการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม

ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนแก่ประชาชน (ณัฐพล ม่วงท่า, 2565)

สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เคลือข่ายสังคมออนไลน์ยังสามารถทำหน้าที่ในการรวบรวมกลุ่มคนที่ชอบในเรื่องเดียวกัน แนวคิดคล้ายกันมาอยู่ร่วมกันได้ และยังสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็น และการสนทนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ลดต้นทุนในการดำเนินการให้ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ แก่ประชาชน ลดระยะเวลาในการกระจายข้อมูลข่าวสาร จึงถือว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการสื่อสารได้อย่างเป็นวงกว้าง ประหยัดและรวดเร็ว (รักเกียรติ พันธุ์ชาติ, 2560)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์โดยการใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ มีทัศนคติที่ดีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน นำไปสู่สังคมไทยที่มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อสภาพอากาศที่ดีขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสามารถของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ความรู้และทัศนคติที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ในการร่วมกันทำนวยพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน สามารถร่วมกันทำนายแนวโน้มพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรต้น ทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่

- 1) การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
- 2) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
- 3) ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และตัวแปรตามได้แก่ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ผู้วิจัยจึงขอรายงานผลการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรม

1.1 งานวิจัยในประเทศ

วรรณรัตน์ แร้งจริง (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและทัศนคติ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ที่มีส่วนผสมแตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างอายุ 18-50 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 305 คน พบว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ โดยมีค่า r เท่ากับ .364*** Sig. เท่ากับ .000 และพบว่าการเปิดรับข้อมูล ของการรื้อฟื้นสินค้าจากบล็อกเกอร์ เว็บไซต์ และอินเทอร์เน็ต การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ เพชบุ๊ค อินสตาแกรม โลก ซึ่งการเปิดรับสื่อ มีการเปิดรับข้อมูลในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกันออกไป

พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์ (2559) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ากับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย” โดยเป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-37 ปี จำนวน 250 คน พบว่ามีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว

เที่ยวไทยในระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.26 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.821 โดยมีการเปิดรับสื่อมากที่สุดผ่านเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ ยูทูบ มีค่าเฉลี่ย 3.32 และ อินสตาแกรม มีค่าเฉลี่ย 2.83 ตามลำดับ และพบว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยมีค่า $B = .137$, $b = .105$, $S.E. = 0.41$, $t = 2.575$ และ $p = .101$

วิวรรณ ทองงามขำ (2562) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์” โดยเป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณกับตัวอย่าง ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 400 คน พบว่าการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์สูงกับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา โดยมีค่ายอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า $r = .667^{***}$ และ $\text{Sig.} = .000$ ซึ่งเป็นการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎหมายผ่านทางช่องทาง เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และ เว็บไซต์ของสถาบัน

ภวัญชนรัตน์ ภู่วิจิตร (2554) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ภาวะโลกร้อน กับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมลดโลกร้อนของนิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยเป็นการทำวิจัยเชิงสำรวจ กับตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 420 คน พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน จากสื่อเฉพาะก็มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมร่วมในการลดปัญหภาวะโลกร้อน ซึ่งมีค่า $r = 0.270$ ผ่านการ เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์

ณัฐกานต์ มูลประเสริฐ (2562) ได้ทำวิจัยในหัวข้อ “การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติก ปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างอายุต่ำกว่า 20 ปี ถึงมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน พบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภคอยู่ในระดับน้อยมาก โดยยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า $r = .235$ $\text{sig.} = .000$ ซึ่งเป็นการเปิดรับสื่อผ่านทางช่องทางต่างๆ ทั้ง เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ โทรศัพท์ โทรทัศน์ อินสตาแกรม โปสเตอร์ วิทยุ พ็อดคาสต์ (podcast) แผ่นพับ

1.2 งานวิจัยต่างประเทศ

William et al. (2017) ได้ทำวิจัยในหัวข้อ “โซเชียลมีเดียสามารถเป็นเครื่องมือในการลดขยะอาหารของผู้บริโภคหรือไม่ การทดลองเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ค้าปลีกในอังกฤษ” (Can social media be a tool for reducing consumers' food waste? A behaviour change experiment by a UK retailer) ความสัมพันธ์ของโซเชียลมีเดียอย่าง เฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์กับการลดขยะอาหารของผู้บริโภค แต่ยังไม่มากเท่าผลของการบอกแบบปากต่อปาก และการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการสื่อสารข้อมูลเดิมเนื้อหาเดิมซ้ำ ๆ เป็นเรื่องควรระวัง

Greitemeyer (2016) ทำวิจัยในหัวข้อ “อิทธิพลของสื่อที่เอื้อต่อสังคม มีผลต่อพฤติกรรมทางสังคมเมื่อไรและเพราะเหตุใด ที่จะถูกเปิดเผยต่อการขอความช่วยเหลือและการรุกราน” (Effects of prosocial media on social behavior: when and why does media? exposure affect helping and aggression?) กล่าวว่า สื่อมีผลต่อพฤติกรรมความรุนแรง เนื่องจากเมื่อมีการเสพสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรงจากสื่อวิดีโอเกมมากเกินไป สามารถพฤติกรรมที่รุนแรงต่าง ๆ ได้ตามมา

Verma and Sardesai (2014) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “การเปิดรับข่าวสารส่งผลต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงและความชอบทางการเมืองในอินเดียหรือไม่” (Does media exposure affect voting behaviour and political preferences in India?) การเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ข่าวอิเล็กทรอนิกส์ นิตยสารมีความสัมพันธ์สอดคล้อง กับแนวโน้มในการลงคะแนนเสียงของประชาชนเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นและลดลงของพรรคนิวเดลีอัมสเตอร์ดัม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรม พบว่า ช่องทางที่เปิดรับมากที่สุด คือช่องทางเฟซบุ๊ก พบจำนวน 6 งานวิจัย รองลงมา คือช่องทางอินสตาแกรม ซึ่งเท่ากับช่องทางเว็บไซต์ พบจำนวน 4 งานวิจัย ลำดับต่อมาได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ พบจำนวน 3 งานวิจัย ถัดมาได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และไลน์ ในจำนวนงานวิจัยที่เท่ากันคือ 2 งานวิจัย และจำนวนน้อยที่สุดคือ บล็อกเกอร์ ทวิตเตอร์ ยูทูบ และพ็อดคาสต์ อย่างละ 1 งานวิจัย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทาง เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ยูทูบ และนอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีความสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อผ่านทาง ดิจิตอล ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบใหม่ที่ได้รับการนิยมนิยมในประเทศไทยปัจจุบัน

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการความรู้ที่มีผลต่อพฤติกรรม

2.1 งานวิจัยในประเทศ

อัจศรา ประเสริฐสิน และคณะ (2559) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาและตรวจสอบโมเดลอิทธิพลของความรู้ที่มีต่อการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน โดยมีเจตคติเกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเป็นตัวแปรส่งผ่าน” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนครักษ์ จำนวน 266 คน พบว่าความรู้ที่มีต่อการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน มีค่า $X^2 = 113.50$, $df = 91$, $p = 0.66$ ซึ่งมีความสอดคล้องกันอย่างกลมกลืน นอกจากนี้อิทธิพลของความรู้ยังเกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน ที่ส่งไปยังเจตคติเกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักเรียน ที่ขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.29

พลดา ลีลาสุนทรวัฒนา (2552) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ความรู้ของผู้บริโภคด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้ารักษาสิ่งแวดล้อม” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าความรู้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้ารักษาสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยขึ้นอยู่กับปัจจัย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และอัตราการรายได้ ที่มีค่า X^2 รวมทั้ง 10 ข้อ เท่ากับ 101.846

ภาคิน เนาวรัตน์ภาส (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การรู้ความเข้าใจความคาดหวัง ทัศนคติ และพฤติกรรมในการใช้สื่อโทรทัศน์และเฟซบุ๊กในกลุ่มเจนเอเรชันวาย” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าความรู้ความเข้าใจต่อพฤติกรรมการใช้ช่องทางสื่อโทรทัศน์และเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 3.71 ซึ่งอยู่ในระดับมาก

อัจฉรา แซ่เฮ้ง (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ความรู้ความสามารถในการถ่ายทอด การติดต่อสื่อสาร และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานของพนักงาน บริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่ง” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าความรู้

ความสามารถมีอิทธิพลต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานของพนักงาน โดยมีค่า $\beta = 0.383$, $t = 5.703$, $\text{Sig.} = .000^*$, $R^2 = .233$, $F\text{-Value} = 15.716$, $P\text{-Value} = 0.05^*$

2.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Wu (2020) ได้ทำงานศึกษาเรื่อง “Empirical study of knowledge with holding in cyberspace: Integrating protection motivation theory and theory of reasoned behavior” หรือ “การศึกษาเชิงประจักษ์ด้วยความรู้ในการครอบครองในโลกไซเบอร์ การบูรณาการทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันและทฤษฎีพฤติกรรมที่มีเหตุผล” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณกับตัวอย่างที่เป็นชาวจีนที่ใช้อินเทอร์เน็ต ตัวการตอบแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 386 คน พบว่าความรู้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติ การศึกษาค้นครั้งนี้ยังทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกว่าหากต้องการลดพฤติกรรมที่ไม่ดีในโลกไซเบอร์จำเป็นที่ทำให้เกิดความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้งานโลกไซเบอร์แก่ประชาชน

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรม

3.1 งานวิจัยในประเทศ

มานิช พรหมปัญญา และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว วัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยทัศนคติต่อการท่องเที่ยววัด มีค่า $\beta = .267$ อยู่ในระดับมากที่สุด

ปิยาภา เชาว์ประสิทธิ์ และ ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางโซเชียลมีเดียของผู้บริโภคเพศหญิงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าแฟชั่น พบผลรวมของระดับความคิดเห็นเกิดแรงจูงใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้ ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลามีค่า $r = -0.136^{**}$ ทัศนคติด้านราคา ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลามีค่า $r = -0.124^{**}$ ทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายมีค่า $r = 0.128^{**}$ ทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลามีค่า $r = -0.120^*$ ทัศนคติด้านบุคลากร ต่อพฤติกรรมด้านระยะเวลามีค่า $r = -0.119^*$ ทัศนคติด้าน

ลักษณะทางกายภาพ ต่อพฤติกรรมด้านความถี่ มีค่า $r = 0.122^*$ และต่อพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่าย มีค่า $r = 0.145^{**}$ และทัศนคติด้านกระบวนการ ต่อพฤติกรรมด้านความถี่ มีค่า $r = 0.132^{**}$ และต่อพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่าย มีค่า $r = 0.128^*$ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ทัตเทพ จันทรมณีกุล และ สมัชชนันท์ เอกปัญญากุล (2565) ได้ทำวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของการเปิดรับ และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรียส์บนทวิตเตอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรียส์ไทยของกลุ่ม Generation Y และ Z” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า ทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีแฮชแท็กซีรียส์ไทยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรียส์ไทยหลังเปิดรับแฮชแท็กของผู้ใช้ทวิตเตอร์อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่า $\beta = 0.146$ คือการมีทัศนคติด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรียส์ไทยในทางบวก จะส่งผลให้พฤติกรรมการรับชมซีรียส์บ่อยครั้ง

กฤดา ศรีสมวงศ์ และ ลีลา เตียงสูงเนิน (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อัจฉริยะประเภท smartphone ในต่างประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย” โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่ามีค่า $r = 0.151$, $P\text{-value} = 0.002^*$ กล่าวคือ ผู้ที่ใช้บริการที่ให้มีความสำคัญกับทัศนคติแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในต่างประเทศที่แตกต่างกัน

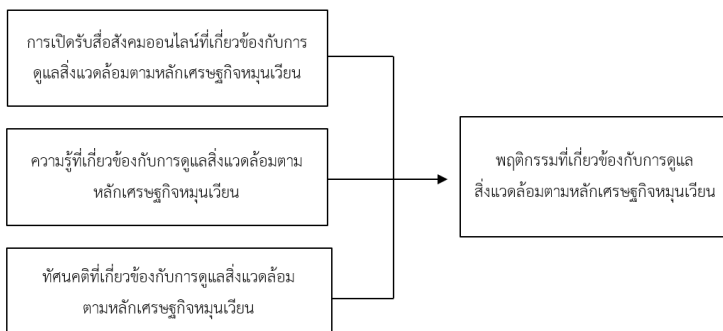
3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Annika et al., (2022) ศึกษาเรื่อง “When and how pro-environmental attitudes turn into behavior: The role of costs, benefits, and self-control” หรือ “ทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมจะกลายเป็นพฤติกรรมเมื่อใดและอย่างไร ด้วยบทบาทของต้นทุน ผลประโยชน์ และการควบคุมตนเอง” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กับตัวอย่างจำนวน 1,536 ($n=1,536$) พบว่า แม้นมนุษย์จะมีความเข้าใจต่อเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ แต่หลายคนก็ยังมีช่องว่างต่อทัศนคติในการดูแลสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้จึงถูกศึกษาเพื่อชดเชยของบกพร่องโดยการหาแรงจูงใจ แนวโน้มและปัจจัยที่จะใช้เป็นโครงสร้างของพฤติกรรมในการดูแลสิ่งแวดล้อมและจากการศึกษาทัศนคติทำให้คาดเดาพฤติกรรมในการดูแลสิ่งแวดล้อมได้ว่าการที่คนเกิดทัศนคติแต่ไม่เกิดพฤติกรรมในการดูแลสิ่งแวดล้อมเมื่อคนมีต้นทุนส่วนบุคคล

ต่ำ หรือความต้องการประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมที่สูง ดังนั้นการที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมต้องเกิดทัศนคติส่วนบุคคลหรืออาจจะต้องวางโครงสร้างในการดูแลสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ศึกษาภายใต้แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร (media exposure) ของ McLeod and O'Keefe (1972) ซึ่งกล่าวว่าการเปิดรับสื่อและข่าวสารของผู้รับสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร โดยเป็นการเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีความสนใจ หรือเลือกเปิดรับเพราะต้องการนำข่าวสารนั้นไปใช้ประโยชน์ที่ได้จำแนกตัวชี้วัดความสนใจ และหลักทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) เพื่อให้ผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารได้เปิดรับสื่อจนเกิดพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาการเปิดรับสื่อและข่าวสารของผู้รับสาร 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ ความถี่ในการใช้สื่อและระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละครั้ง และประเภทของสื่อที่ต้องการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงเลือกศึกษาสื่อเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ และดีด็อก ซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่มีความนิยมในปัจจุบัน โดยอาศัยหลักทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปพฤติกรรมของมนุษย์ โดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมตามกรอบแนวคิดดังต่อไปนี้



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณในรูปแบบการวิจัยเชิงทำนาย (predictive research) ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง (self-administered questionnaire) และนำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือประชาชนอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชาย เพศหญิง และ LGBTQ+ โดยมีจำนวน 5,527,994 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตร G*Power ของ Cohen (1977) ในการคำนวณเพื่อกำหนดตัวอย่าง โดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณด้วยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบมีขั้นตอน (stepwise multiple linear regression) ในการกำหนดค่าขนาดอิทธิพล (effect size) ในระดับกลาง และจำนวนตัวแปรทำนาย (number of predictors) 3 ตัวแปร ได้ผลการคำนวณตัวอย่างที่เหมาะสมจำนวน 119 คน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976) เพิ่มเติมโดยกำหนดระดับความน่าเชื่อมั่น 95% และขนาดความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 5\%$ ได้ขนาดจำนวน 400 คน ดังนั้น เพื่อให้งานวิจัยมีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ผู้วิจัยจึงใช้ตัวอย่างขนาด 400 คน โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) ขั้นตอนแรกเลือกตัวอย่างแบบอาศัยแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) คือ แบ่งกรุงเทพมหานคร ทั้ง 50 เขตออกเป็น 3 ชั้น ได้แก่ ชั้นใน มีประชากรจำนวน 1,613,448 คน ชั้นกลาง มีประชากรจำนวน 2,316,744 คน และชั้นนอกมีประชากรจำนวน 1,597,802 คน เก็บตัวอย่างตามสัดส่วน คือ ชั้นในจำนวน 117 คน ชั้นกลางจำนวน 168 คน และชั้นนอกจำนวน 115 คน รวมขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน และขั้นตอนสุดท้ายใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบง่ายโดยใช้วิธีการจับสลาก คือการสุ่มจับสลากเลือกเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครที่ได้แบ่งออกเป็น 3 เขต เพื่อเป็นตัวแทนของประชากร โดยมีคำถามขัดกรองได้แก่ ท่านรู้จักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ท่านอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ใดของกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารต่างๆ เพื่อใช้ในการวิจัย โดยคำถามเป็นการใช้คำถามแบบปิด เพื่อครอบคลุมสิ่งที่ต้องการศึกษาและวิจัย โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองว่าคุณรู้จักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ 5R: Reduce, Reuse, Rethink, Recycle, Repair หรือไม่ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งหมด 5 รูปแบบ ได้แก่ เพชบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ และติ๊กต็อก ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเป็นมาตรวัดประเมินค่า 4 ระดับ ตามแนวทางของลิเคิร์ท

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) แล้วหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (IOC: index of item objective congruence) นำข้อที่มีดัชนีความสอดคล้องสูงกว่า 0.50 มาใช้วัดตัวแปร หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (tryout) กับประชากรที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α) ของแบบวัดการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน แบบวัดทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และแบบวัดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เท่ากับ .740, .737 และ .899 ตามลำดับ ส่วนแบบวัดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นแบบวัด 2 ตัวเลือก (dichotomous questions) คือ “ใช่” และ “ไม่ใช่” จึงใช้สูตร KR-20 (Kuder-Richardson formula 20) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .704 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า .70 จึงสามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงได้ (Hair et al., 2006)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือ ความถี่ และร้อยละ เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะทางประชากรของตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อใช้ในการอธิบายรายละเอียดของตัวแปร นอกจากนี้ยังใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน คือการถดถอยพหุคูณด้วยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบมีขั้นตอน (stepwise multiple linear regression)

ผลการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรของตัวอย่าง

ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวอย่าง 400 คน มีเพศหญิงมากกว่าครึ่งของตัวอย่างโดยมีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี โดยมีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 เกือบครึ่งหนึ่งเป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีโดยมีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 เป็นผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 70,000 บาท จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 ดังตารางสรุปลักษณะทางประชากร

2. การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ภาพรวมของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมีค่าเฉลี่ย 2.72 อยู่ในระดับมาก มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .69 โดยมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางตามลำดับดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ลำดับ	ช่องทางการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	S.D.
1.	เฟซบุ๊ก / ยูทูบ	2.99 (ระดับมาก)	.89
2.	อินสตาแกรม	2.82 (ระดับมาก)	1.00
3.	ติ๊กต็อก	2.45 (ระดับน้อย)	2.37
4.	ทวิตเตอร์	2.37 (ระดับน้อย)	1.15

3. ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวัดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ผ่านข้อคำถามรูปแบบใช่หรือไม่ใช้ทั้งหมด 12 ข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนอยู่ที่ 8.44 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.54 ดังนั้นจากตัวอย่างสรุปได้ว่ามีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ 3 ข้อที่ตัวอย่างตอบถูกมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ 1.) การดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกวัยสามารถทำร่วมกันได้ มีจำนวนคนที่ตอบถูก คิดเป็นร้อยละ 87.5 2.) การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่าเป็นหลักสำคัญในการดูแลสิ่งแวดล้อม มีจำนวนคนที่ตอบถูก คิดเป็นร้อยละ 85.25 และ 3.) วิธีการดูแลสิ่งแวดล้อมช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก มีจำนวนคนที่ตอบถูก คิดเป็นร้อยละ 83.75 และตัวอย่างตอบผิดมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1.) Reduce คือการเลือกที่จะใช้ทรัพยากร ตามความต้องการของตนเอง กระจก มีจำนวนคนที่ตอบผิด คิดเป็นร้อยละ 51.25 2.) การ Recycle อย่างเดียวเพียงพอต่อการทำกิจกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อม มีจำนวนคนที่ตอบผิด คิดเป็นร้อยละ 47.25 และ 3.) หลักการของการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นการเลือกใช้ทรัพยากรในทิศทางเดียว มีจำนวนคนที่ตอบผิด คิดเป็นร้อยละ 45.75 ตามลำดับ

4. ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากผลการวิจัยพบว่าตัวอย่างมีทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .31 โดยมีทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนตามลำดับดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ลำดับ	องค์ประกอบทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	S.D.
1.	ทัศนคติในด้านความรู้ความเข้าใจ (cognitive)	3.20 (ระดับมาก)	.49
2.	ทัศนคติในด้านความรู้สึก (affective)	2.71 (ระดับมาก)	.45
3.	ทัศนคติในด้านพฤติกรรม (behavioral)	2.83 (ระดับมาก)	.47

5. พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากผลการวิจัยพบว่าตัวอย่างมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (5R) ของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อย มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .47 โดยมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนตามลำดับดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ลำดับ	องค์ประกอบพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D.
1.	Rethink	1.99 (ระดับน้อย)	.43
2.	Reduce	1.94 (ระดับน้อย)	.41

ลำดับ	องค์ประกอบพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D.
3.	Reuse / Recycle / Repair	1.92 (ระดับน้อย)	.45/.43/.50

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ เิงอนุมานโดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณด้วยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบมีขั้นตอน (stepwise multiple linear regression) จำเป็นต้องตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น ของข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นดังนี้

1. ตัวแปรที่นำมาศึกษาทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ต้องเป็นข้อมูล เิงปริมาณ โดยมีมาตรวัดตัวแปรแบบอันตรภาค (interval scale) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบในการเก็บข้อมูลเป็นมาตรวัดอันตรภาค (interval scale) ทั้ง 3 ตัวแปร

2. Error มีการแจกแจงแบบปกติเป็นอิสระต่อกัน (independent) ไม่ เกิดค่าความคลาดเคลื่อน แต่ละค่าเป็นอิสระกัน (autocorrelation) ตัวแปรอิสระ ต้องเป็นข้อมูลที่ไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเองโดยมีค่า Durbin–Watson ในการ ทดสอบว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์ภายในตัวเองหรือไม่ โดยมีเกณฑ์ในการวัดค่า Durbin–Watson ดังนี้

มีค่าอยู่ในช่วง 1.5 – 2.5 แสดงว่ามีความเป็นอิสระ

มีค่าอยู่ในช่วง 2.6 – 4.0 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางลบ

มีค่าอยู่ในช่วง 0 – 1.4 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางลบ

ทั้งนี้ถ้าค่า Durbin–Watson มีค่าน้อยกว่า 1.5 และมากกว่า 2.5 แสดง ว่าเกิด autocorrelation ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง ในงานวิจัยขึ้น นี้ผู้วิจัยทำการตรวจสอบแล้วพบว่า ค่า Durbin–Watsonเท่ากับ 1.898 ดังนั้นจึง มีการแจกแจงแบบปกติเป็นอิสระต่อกันไม่เกิด autocorrelation (กัลยา วานิชย์ บัญชา, 2550)

3. จำนวนตัวอย่างจะต้องมีเพียงพอ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคำนวณขนาด ตัวอย่างโดยใช้ G*power ของ Cohen (1977) ในการคำนวณตัวแปรอิสระจำนวน 3 ตัวแปร เพื่อใช้ในการทดสอบ stepwise multiple regression ได้ขนาดตัวอย่าง

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566

119 คน งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษากับตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976) จึงมีจำนวนที่เพียงพอในการวิเคราะห์

4. ตัวแปรที่นำมาศึกษาทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (multicollinearity) ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการทดสอบโดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ (Pearson's correlation coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งถ้าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่ามากกว่า .85 (Munro, 1997) ถือว่าตัวแปรคู่หนึ่งมีความสัมพันธ์กันมาก ซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้มีค่าประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่เกิน .85 โดยมีค่าระหว่าง -.461 ถึง .458 ตามตารางที่ 4.11 นอกจากนี้ยังมีค่า Tolerance ไม่เข้าใกล้ 0 และมีค่า VIF ระหว่าง 1.000 ถึง 1.465 ซึ่งน้อยกว่า 10 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาทั้ง 4 ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ดังนั้นจากการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นที่ไม่พบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีค่ามากกว่า .85 ดังนั้นจึงสามารถทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณด้วยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบมีขั้นตอนทดสอบได้

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ตัวแปร	R	R ²	Adjusted R Square	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t
				B	Beta	
ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม	.458	.210	.208	.52	.47	11.45
การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม	.573	.328	.325	.17	.34	8.36
Constant				-.01		-.04

จากตารางอธิบายการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรที่นำมาพิจารณาในรูปแบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์อยู่ที่ .573 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566

และสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเปิดรับสื่อได้ร้อยละ 32.8 โดยทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนของประชากรตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเขียนสมการทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ดังนี้

$$Y \text{ (พฤติกรรมที่มีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม)} = .108 + .52 \text{ (ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม)} + .17 \text{ (การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม)}$$

อภิปรายผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่อง“การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าการการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กและยูทูบเป็นอันดับแรกอาจเป็นเพราะสื่อเฟซบุ๊กและยูทูบเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย สามารถส่งต่อข้อมูลให้กันได้ง่าย และเนื้อหาส่วนใหญ่มีการนำเสนอข้อมูลที่มีเนื้อหาสาระไม่หนักมากจนเกินไป หรือจะมีการย่อเนื้อหาให้มีความเข้าใจง่าย และถูกนำเสนอในรูปแบบภาพหรือวิดีโอเป็นส่วนใหญ่ ดังที่ Becker and Choi (1978) ได้กล่าวไว้ว่า การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับ การเปิดรับสื่อตามความสนใจ หรือเป็นการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้สื่อเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย พบว่า ตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ใน 2 ลำดับแรก ได้แก่ 1) เฟซบุ๊ก 2) ยูทูบ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย และการที่สื่อทวิตเตอร์เป็นสื่อที่มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด อาจเป็นไปได้ว่าด้วยรูปแบบของแพลตฟอร์มของทวิตเตอร์เน้นการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข้อความ ทำให้ต้อง

อาศัยการตีความในการเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร แต่เนื้อหาอาจจะเกิดความน่าสนใจไม่เพียงพอ

ดังนั้นการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมควรเลือกสื่อเฟซบุ๊กและยูทูบ เนื่องจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และรู้จักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ใน 2 ช่องทางนี้มากที่สุด นอกจากนี้สอดคล้องกับแนวคิดการเปิดรับข่าวสาร ของ McLeod and O'Keefe (1972) ซึ่งมี 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ เวลาในการใช้สื่อ และความถี่ในการใช้สื่อหมายถึงเมื่อเกิดการรับข่าวสารที่มีความถี่บ่อย ๆ และเป็นระยะเวลานาน จะทำให้เกิดทัศนคติหรือความสนใจในเนื้อหาของข่าวสารนั้น ๆ ไม่สอดคล้องกับแนวคิด KAP ที่กล่าวไว้ว่า ความรู้จะก่อให้เกิดทัศนคติ และทัศนคติจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้นการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์จึงมีผลช่วยให้คนเกิดทัศนคติที่ดีต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน นอกจากนี้ในการนำเสนอเนื้อหาต้องย่อเนื้อหาให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย เน้นรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจไม่ว่าจะเป็นภาพหรือคลิปวิดีโอต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงสารได้ง่าย และทำให้จดจำเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้ดียิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับความรู้ไม่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมีค่าเฉลี่ยของความรู้ทั้ง 12 ข้อรวมอยู่ที่ 8.44 หมายความว่ามีความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับดี แต่การที่ความรู้ไม่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนอาจเป็นเพราะยังไม่เกิดเป็นความรู้แบบฝังลึก (tacit knowledge) ดังที่ ทิพวรรณ หล่อสุวรรณ (2549) ได้กล่าวไว้ว่า ความรู้แบบฝังลึก เป็นความรู้ที่มีรากฐานมาจากการกระทำ ต้องอาศัยการฝึกฝนจนชำนาญ และอาจเป็นเพราะเป็นความรู้ที่อยู่ในระดับที่ 1 รู้ว่าคืออะไร (know-what) เป็นความรู้ในเชิงการรับรู้ แต่ยังไม่ไปถึงความรู้อย่างลึกซึ้งที่สามารถนำความรู้นั้นมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติ การที่ตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม แต่ไม่เกิดพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน อาจเป็นเพราะงานวิจัยนี้มีการเก็บข้อมูลในช่วงที่มีการระบาดของ โควิด-19 ที่ส่งผลให้ประชาชนมีการใช้ทรัพยากรที่ใช้ครั้งเดียวทิ้งอย่างฟลอสติก หรือเกิดพฤติกรรมต่างๆ ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมน้อยลง เพื่อป้องกันตนเองจากการติดเชื้อโควิด-19 เช่น การสั่งอาหารจากฟู้ดเดลิเวอรี่ทำให้เกิดขยะฟลอสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง เกิดการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าต่าง ๆ งดรับแก้วหรือกล่องอาหารส่วนตัว เพื่อช่วยป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 เป็นต้น

จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเรียงลำดับขององค์ประกอบของทัศนคติได้ ดังนี้ 1) ด้านความรู้ความเข้าใจ (cognitive) มีค่าเฉลี่ย 3.20 อยู่ในระดับมาก หมายถึงมีทัศนคติในระดับดี รองลงมา 2) ด้านพฤติกรรม (behavioral) มีค่าเฉลี่ย 2.83 อยู่ในระดับมาก หมายถึงมีทัศนคติในระดับดี และลำดับสุดท้าย 3) ด้านความรู้สึก (affective) มีค่าเฉลี่ย 2.71 อยู่ในระดับมาก หมายถึงมีทัศนคติในระดับดี การที่ทัศนคติสำคัญที่สุดอาจเป็นเพราะเกิดองค์ประกอบของทัศนคติทั้ง 3 องค์ประกอบ ตามแนวคิดของ Eagly and Chaiken (1993) ในระดับมาก ทั้งองค์ประกอบด้านความรู้ (cognitive) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (affective) และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavioral) จนส่งผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวก และเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ดังที่ Kelman (1967) ได้กล่าวไว้ว่าการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติต้องอาศัยกระบวนการตั้งแต่การยอมรับ การเลียนแบบจนเกิดความต้องการที่อยากจะเปลี่ยนแปลงและการที่ตัวอย่างเกิดพฤติกรรมนั้นเป็นเพราะทัศนคตินั้นถูกเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน การที่ทัศนคตินำพฤติกรรมดังที่ Triandis (1971) ได้กล่าวไว้ว่า การที่ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม เพราะพฤติกรรมเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติ Kelman (1967) ได้อธิบายไว้ว่าเมื่อทัศนคติเป็นไปในทิศทางเดียวกันแต่หากเกิดขึ้นกับแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป โดยสามารถแบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติได้เป็น 3 ประการ ได้แก่ 1) การยินยอม 2) การเลียนแบบ 3) ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยนซึ่งเมื่อเกิดพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นหมายความว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติที่ยอมรับเหนือกว่าอิทธิพลภายในของบุคคลนั้น หรือต้องเป็นค่านิยมที่สอดคล้องอยู่เดิม โดยความพอใจขึ้นอยู่กับเนื้อหาหรือรายละเอียดของพฤติกรรม ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมระดับใดจำเป็นต้องเกิดการเปลี่ยนทัศนคติเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถธรณ์ ปิลันธน์ โอวาท (2542) กล่าวว่า ทัศนคติที่นำไปสู่พฤติกรรมเมื่อทัศนคติมีลักษณะดังต่อไปนี้ 1) เมื่อทัศนคติฝังลึกและมีความชัดเจน 2) ทัศนคติที่มีความเกี่ยวข้องกัน 3) ทัศนคติที่มีรากฐานทางความรู้สึกและทัศนคติที่มีรากฐานอยู่บนความรู้ 4) ทัศนคติต่อเรื่องอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาโนช พรหมบุญโญ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จากตัวอย่าง 400 คน พบว่ามีทัศนคติต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอพระนครศรีอยุธยา

อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่า $\beta = .267$ และงานวิจัยของ ทัดเทพ จันทรมณีกุล และ สมัชชนันท์ เอกปัญญากุล (2565) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการเปิดรับ และทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรียส์บนทวิตเตอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรียส์ไทย ของกลุ่ม Generation Y และ Z จากตัวอย่าง 400 คน พบว่าทัศนคติทางบวกด้านการเน้นข้อความที่มีต่อแฮชแท็กซีรียส์ไทย และส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับชมซีรียส์บ่อยครั้ง $\beta = .146$

จะเห็นว่าการเกิดพฤติกรรมจำเป็นที่จะต้องเกิดทัศนคติในเชิงบวกหรือไปในทิศทางเดียวกับกับพฤติกรรมนั้น ๆ ดังนั้นการสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และสามารถนำทัศนคติมาสร้างเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบของสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อที่มีปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตเพื่อสื่อสารให้ประชาชนเกิดทัศนคติในทางบวกต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนจนพัฒนาเป็นพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมได้ในที่สุด

จากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ และการที่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมไม่สามารถเข้ามาร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้เพราะความรู้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ดังนั้นการที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนนั้นต้องอาศัยทัศนคติเป็นหลักเนื่องจากมีค่า $\beta = .47$ และการที่จะทำให้เกิดทัศนคติในทิศทางบวกหรือในทิศทางเดียวกัน ดังที่ อรพรรณ ปิรันธน์โอวาท (2542) ได้กล่าวไว้ว่าการเปลี่ยนทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 2 ทิศทาง คือ 1) ทิศทางเดียวกัน 2) คนละทาง จึงจำเป็นต้องอาศัยการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมเข้ามาเป็นส่วนช่วยเนื่องจากมีค่า $\beta = .34$ ดังที่ Kelman (1967) ได้กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ (attitude change) ได้แบ่งเป็น 3 ประการ คือ 1) การยินยอม (compliance) คือการยอมเมื่อได้รับอิทธิพลจากบุคคลหรือการผลักดัน 2) การเลียนแบบ (identification) คือการเลียนแบบเมื่อมีสิ่งเร้าหรือสิ่งทีเข้ามากระตุ้นจนเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือโน้มน้าว 3) ความต้องการที่อยากจะ

เปลี่ยน (internalization) คือพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเกิดการยอมรับอิทธิพลที่เหนือกว่าหรือตรงกับภายใน ดังนั้นการจะทำให้เกิดพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้จึงต้องการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติที่มีความต้องการที่อยากจะเปลี่ยนเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการเกิดพฤติกรรม

จากผลการวิจัย พบว่าตัวอย่างมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก ดังนี้ 1) Rethink โดยมีค่าเฉลี่ย 1.99 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อย 2) Reduce โดยมีค่าเฉลี่ย 1.94 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อย 3) Reuse Recycle และ Repair โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 1.92 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อย และมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนรวม มีค่าเฉลี่ย 2.09 หมายความว่าอยู่ในระดับน้อยหรือเป็นพฤติกรรมที่ไม่ดี

จึงเห็นว่าการที่จะทำนายแนวโน้มพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้นั้นต้องอาศัยทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมแต่ก็ยังคงต้องใช้การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมมาเป็นส่วนช่วยเพื่อให้เกิดทัศนคติในเชิงบวกและในทิศทางเดียวกันกับการเกิดพฤติกรรม แต่ก็ยังสามารถสร้างทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมในเชิงบวกได้ด้วยตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติมทั้งตัวแปรปัจจัยทางสังคมและตัวแปรปัจจัยทางจิต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และรู้จักการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมผ่านช่องทางของเฟซบุ๊กและยูทูบมากที่สุด ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรนำเสนอเนื้อหา ข่าวสารผ่านทาง 2 ช่องทางนี้ และควรย่อเนื้อหาให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย นำเสนอรูปแบบของสื่อให้มีความเหมาะสมในแต่ละช่องทาง เช่น ภาพหรือวิดีโอ เน้นการทำสื่อที่มีสาระควบคู่ไปกับความบันเทิง ไม่นำเสนอให้รูปแบบของเนื้อหาที่หนักจนเกิดจนไป และไม่ควรรี้นำเสนอข่าวสารประเภทตัวอักษรหรือข้อความยาวๆ เพราะต้องอาศัยการตีความและทำความเข้าใจของแต่ละบุคคลเพิ่มมากขึ้น

2. จากผลการวิจัย พบว่างานวิจัยในครั้งนี้ความรู้ไม่สามารถร่วมกัน ทำนายพฤติกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน จึงจะต้อง ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจจนสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ได้ในการดูแล สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน และการศึกษาในครั้งนี้ยังอยู่ในช่วงการระบาดของ สถานการณ์โควิด-19 อาจส่งผลให้คนตัวอย่างไม่เกิดพฤติกรรมเนื่องจากต้องใช้ ทรัพยากรต่างๆ แบบครั้งเดียวทิ้ง เพื่อป้องกันตนเองจากโควิด-19 ในการวิจัยครั้ง ต่อไปจึงควรทำหลังจากสถานการณ์โควิด-19 เบาลง

3. จากผลการวิจัย พบว่า ทศนคติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตาม หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องควร ต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลนี้ เพื่อใช้ในการสร้างเนื้อหาที่ก่อให้เกิดทัศนคติในเชิง บวกแก่ประชาชนให้ได้มากที่สุด และเพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ผ่านการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ แต่อาจ ต้องอาศัยตัวแปรการสร้างทัศนคติในรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การสร้างทัศนคติ ด้วยการสร้างประสบการณ์ร่วมเพื่อให้เกิดความรู้สึก จนเกิดเป็นทัศนคติ

4. จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล สิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก คือ Rethink รองมาคือ Reduce และลำดับสุดท้ายได้แก่ Reuse Recycle Repair มีค่าเฉลี่ย ที่เท่ากัน ซึ่งทั้ง 5R มีค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับน้อยหรือมีหมายความว่าตัวอย่างมี พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ไม่ดี ซึ่ง อาจมีผลมาจากปัจจัยแวดล้อมอย่างโควิด-19 ดังนั้นการนำงานวิจัยไปใช้ควรอ้างอิง กับสถานการณ์หรือความจำเป็นที่มีความคล้ายคลึงกันกับสถานการณ์โควิด-19 ที่ ประชาชนมีความจำเป็นที่จะใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้ง เพื่อป้องกัน ตนเองจากโรคติดต่อต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากับตัวอย่างที่ใช้เปิดรับข่าวสารเกี่ยว กับสิ่งแวดล้อมที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการทำวิจัย ในครั้งต่อไป ควรศึกษาตัวอย่างทั่วประเทศ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการดูแล สิ่งแวดล้อมของตัวอย่างคนทั้งประเทศว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

2. ในการศึกษาครั้งนี้ความรู้ไม่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมที่ เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ อาจเป็นเพราะ

3. ในการศึกษาครั้งต่อไปแนะนำให้เก็บข้อมูลของสื่อสังคมออนไลน์ ควบคู่กับการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมในด้านอื่น ๆ ทั้งปัจจัยทาง สังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน การใช้ผู้นำที่มีความสามารถในการสื่อสาร (opinion leader) และ ปัจจัยทางจิตวิทยาตัวอื่น ๆ เช่น การสร้างแรงจูงใจ เพื่อทำให้เกิด ทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม

4. พฤติกรรมที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นพฤติกรรม 5R ประกอบไปด้วย Rethink Reduce Reuse Recycle และ Repair สำหรับงานวิจัยในอนาคตควร ประเมินให้ตรงกับนวัตกรรมหรือสิ่งที่ประชาชนจะปฏิบัติได้ จะต้องเพิ่มเป็น 8R หรือ ไม่ เช่นเพิ่ม Refuse Regift Recover เพื่อให้สอดคล้องกับนวัตกรรมในที่ประชาชน จะสามารถปฏิบัติได้ในอนาคต

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กฤดา ศรีสมวงศ์ และ ลีลา เตี้ยงสูงเนิน. (2560). *ทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อัจฉริยะประเภท Smartphone ในต่างประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2562). *Circular Economy เศรษฐกิจหมุนเวียนที่ทุกคนควรรู้*. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). *สรุปสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย ปี 2561*. https://www.pcd.go.th/wp-content/uploads/2020/05/pcdnew-2020-05-15_06-33-35_034969.pdf

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมศูนย์สารสนเทศสิ่งแวดล้อม. (2563). *เกาะติดปัญหาขยะพลาสติก หลังโควิด-19 ระลอกใหม่*. <https://infotrash.deqp.go.th/knowledge/62>

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 10). โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- เกตส์, บิล. (2564). *How to avoid a climate disaster* [โลกต้องไม่ร้อนไปกว่านี้]. บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
- ณัฐกานต์ มูลประเสริฐ. (2562). การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อ ไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐพล ม่วงท่า. (2565). *สรุป 52 Insight สำคัญจาก Thailand Digital Stat 2022 ของ We Are Social*. <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight>
- ธนชาติ นุ่มนนท์. (2565). สถิติใช้ดิจิทัลทั่วโลก คนไทยเป็นอันดับต้นหลายด้าน. <https://www.bangkokbiznews.com/columnist/988063>
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสม์: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยาภา เชาว์ประสิทธิ์ และ ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์. (2561). ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางโซเชียลมีเดียของผู้บริโภคเพศหญิงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. <http://commartsreview.siam.edu/2017/images/review/year17-vol22/year17-vol22-15.pdf>
- พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรลดา ลีลาสุนทรวัฒนา. (2552). ความรู้ของผู้บริโภคด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้ารักษาสิ่งแวดล้อม [การศึกษาเฉพาะบุคคล]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาคิน เนาวรัตน์ภาส. (2561). การรู้ความเข้าใจ ความคาดหวัง ทัศนคติ และพฤติกรรมในการใช้สื่อโทรทัศน์และเพชบุ๊คในกลุ่มเจนเอเรชันวาย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภววิญชน์รัตน์ ภู่วิจิตร. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน กับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ทัตเทพ จันทรมณีกุล และ สมัชชนันท์ เอกปัญญากุล. (2565). อิทธิพลของการเปิดรับและทัศนคติต่อแฮชแท็กซีรึสบนทวิตเตอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมซีรึสไทยของกลุ่ม Generation Y และ Z. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article%20/view/253690%20/171605>
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณ. (2549). *ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่*. สำนักพิมพ์รัตนไตร
- มาโนช พรหมปัญญา และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2558). ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว วัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา. <https://tourismtaat.siam.edu/images/magazine/m10b1/43-58.pdf>
- รักเกียรติ พันธุ์ชาติ. (2560). *สื่อสังคมออนไลน์ : แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงานรัฐ*
- วรรณรัชต์ แรงจิริง. (2562). การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและทัศนคติ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ที่มีส่วนผสมแตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิวรรณ ทองงามขำ. (2562). การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (มปป). *สถานการณ์การปล่อยก๊าซ CO2*. [http://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-co2/per-year?orders\[publishUp\]=publishUp&issearch=1](http://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-co2/per-year?orders[publishUp]=publishUp&issearch=1)
- สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษที่ 13 (ชลบุรี). (2561, 15 มกราคม). *สิ่งแวดล้อมน่ารู้*. <http://www.mnre.go.th/reo13/th/news/detail/9373>
- สำนักยุทธศาสตร์สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2561). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*.

ศุภกาญจน์ วิษานาติ. (2561). การประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อแก้ปัญหาภาวะโลกร้อน. *HUSO Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 12-35.

อัจฉรา แซ่เฮ้ง. (2561). ความรู้ความสามารถในการถ่ายทอด การติดต่อสื่อสาร และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานของพนักงาน บริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่ง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อัครา ประเสริฐสิน, อุไร จักขตรีมงคล, กาญจนา ตระกูลวรกุล, อมรา วิสูตรานุกูล, และ ดวงเนตร ธรรมกุล. (2559). การพัฒนาและตรวจสอบโมเดลอิทธิพลของความรู้ที่มีต่อการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขของนักเรียน โดยมีเจตคติเกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพเป็นตัวแปรส่งผ่าน. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JHR/article/view/68808/56015>

อรรธรณ ปิรันธน์โอวาท. (2542). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Annika M.W., Daria K. & Sebastian, B. (2022). *When and how pro-environmental attitudes turn into behavior: The role of costs, benefits, and self-control*. From <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272494421002012>

Becker, S. L. & Choi, H. C., (1987). Media Use Issue / Image Discriminations and Voting Communication Research. n.p.

Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (Rev. ed). Academic.

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitude*. Harcourt Brace Jorovich College Publishers.

- Greitemeyer, T. (2011). Effects of Prosocial Media on Social Behavior: When and Why Does Media Exposure Affect Helping and Aggression?. *Current Directions in Psychological Science*, 20(4), 251–255. <https://doi.org/10.1177/0963721411415229>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Kelman, H. C. (1967). *Attitude change in compliance, identification, and internalization: Three process of attitude change*. John Wiley & Sons.
- McLeod, J. M., & O' Keefe, G.J. (1972). *Mass Communication Research*. Sage Publication.
- Triandis, H. C. (1971). *Attitude and Change*.Wiley.
- Verma, R., & Sardesai, S. (2014). Does Media Exposure Affect Voting Behaviour and Political Preferences in India?. *Economic and Political Weekly*, 49(39), 82–88. <http://www.jstor.org/stable/24480739>
- William, Y., Sally, V. R., Chery, A. R., & Ralf, B. (2017). Can social media be a tool for reducing consumers' food waste? A behaviour change experiment by a UK retailer. *Resources, Conservation and Recycling*, 117(B), 195-203. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921344916303160>
- Wu, D. (2020). *Empirical study of knowledge withholding in cyberspace: Integrating protection motivation theory and theory of reasoned behavior*. *Computers in Human Behavior*, 105. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106229>
- Yamane, T. D. (1976). *Statistic: An introductory analysis* (2nd ed.) Harper and Row.