



สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ การใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ และทัศนคติในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

9. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 432 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลคือค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยเพื่อใช้อธิบายลักษณะทางประชากร ของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วม ในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้การหาค่า ความแตกต่างแบบ t-test และ ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ในการวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 432 คน แบ่งเป็นเพศหญิงร้อยละ 61.9 เพศชายร้อยละ 38.1 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 23 - 39 ปี ร้อยละ 64.3 มีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) ร้อยละ 53.8 และกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยนี้แบ่งเป็น 6 อาชีพ ๆ ละเท่า ๆ กัน คือ จำนวน 72 คน และ พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 33.2

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อ

เฉพาะกิจ

2.1 การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน

สื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทั่วไปมากที่สุดคือ

สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และนิตยสารตามลำดับ

2.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ก. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล

สื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ตามลำดับ แต่อยู่ในระดับต่ำ ส่วนสื่อบุคคล ซึ่งหมายถึง เพื่อนฝูงญาติมิตร หรือบุคคลที่รู้จักนั้นมีจำนวนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อประเภทนี้น้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 5 เท่านั้น

ข. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือ สื่อโบสเตอร์ รองลงมาคือ สื่อแผ่นพับและการจัดงานนิทรรศการ และสื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ เช่น ถุงใส่ของในห้างสรรพสินค้า ปฏิทิน BUSSIDE ตามลำดับ แต่สำหรับประเภทหลังคือ สื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ นั้น มีปริมาณการเปิดรับอยู่ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ระดับสูง และระดับต่ำ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในทางที่ดี รองลงมาได้แก่ ระดับปานกลาง และดีมาจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติทางลบในระดับต่ำและต่ำมาก ต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เพียง 4 คน จาก 232 คน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าไม่พบทัศนคติที่ไม่ดีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้อีกได้

ส่วนที่ 5 การมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมากและน้อย ตามลำดับและจากจำนวนที่ศึกษาได้ กล่าวได้ว่าระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก

2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

ประชาชนที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างกัน จากการวิจัยพบว่า

1. ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสื่อเฉพาะกิจพบว่า เพศชาย และ เพศหญิง มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อแผ่นพับ และสื่อเฉพาะกิจอื่นๆ ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

2. ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ และนิตยสาร และสื่อเฉพาะกิจ ประเภทการจัดงานนิทรรศการต่างกัน ซึ่ง เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ส่วนสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ สื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ และสื่อบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อเหล่านี้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

3. ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1



4. ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

5. ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน ประเภทสื่อโทรทัศน์ และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทสื่อแผ่นพับต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ส่วนสื่อ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ การจัดงานนิทรรศการ สื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ และสื่อบุคคล พบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 2

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เพื่อนฝูงญาติมิตร บุคคลที่รู้จัก แผ่นพับ โปสเตอร์ การจัดงานนิทรรศการ) ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 3

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อวิทยุ นิตยสาร และ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก (หรือแปรผันตามกัน) กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

แต่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ และสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 4

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ทุกประเภทที่ทำการศึกษา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก (แปรผันตามกัน) กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

สมมติฐานข้อที่ 5

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากผลการวิจัยพบว่า

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในเชิงบวก (แปรผันตามกัน) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

สมมติฐานข้อที่ 6

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากผลการวิจัยพบว่า

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6

สมมติฐานข้อที่ 7

ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากการวิจัยพบว่า

ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในระดับต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

สมมติฐานข้อที่ 8

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน

การทดสอบสมมติฐานในข้อนี้คือการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ปรากฏผลดังนี้

จากการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อวิทยุ แผ่นพับ การจัดงานนิทรรศการและทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปร 4 ตัว ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยตัวแปรที่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์กับการใช้ผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ แผ่นพับ และการทำงานนิทรรศการตามลำดับ

อภิปรายผล

สมมติฐานข้อที่ 1

ประชาชนที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างกัน จากการวิจัยพบว่า

1.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน (ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้) ส่วนสื่อเฉพาะกิจพบว่า เพศชายและเพศหญิง มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อแผ่นพับและสื่อเฉพาะกิจอื่นๆ ต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) แสดงผลไว้ในตารางที่ 14 ซึ่งผลสรุปดังกล่าวสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลของ เมลวิน แอล เดอเฟลอร์ (DeFleur, 1966) ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยเกี่ยวกับด้านบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากทางการสื่อสาร การตัดสินใจเลือกรับข่าวสารอาจมีสาเหตุมาจากการที่บุคคลนั้น ๆ มีสิ่งสะสมอยู่ในตัวของบุคคลมาตั้งแต่เกิด (Predisposition) แตกต่างกัน ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนามาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้า และการตอบสนอง (S-R theory) และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารไว้ว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารแตกต่างกัน ความแตกต่างทางด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับเพศนี้ มีผลว่า เพศชายเปิดรับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับมากกว่าเพศหญิง และเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทถุงใส่ของจากห้างสรรพสินค้า ปฏิทิน หรือ ป้ายโฆษณาข้างรถประจำทางมากกว่าเพศชาย ซึ่งอาจมาจากสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้มีกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้อยู่เป็นประจำ ผลการศึกษาที่ผ่าน ๆ มา ที่แสดงถึงความแตกต่างระหว่างเพศที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกันก็คือ งานวิจัยของ สรรค์ระวี คชาชีวะ

ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารกับความทันสมัยของประชากรในเซตมินบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเปิดรับสื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์) และ พจมาลย์ ลีลาวยุระ ได้ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ พบว่า เพศชายมีแนวโน้มจะเปิดรับหนังสือพิมพ์รายวันมากกว่าผู้หญิง ดังนั้น จะเห็นได้ว่าตัวแปรด้านเพศมีส่วนทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลต่างกันจริง

1.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ และ นิตยสาร และสื่อเฉพาะกิจ ประเภทการจัดงานนิทรรศการต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) ดูได้จากตารางที่ 16 ส่วนสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ สื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ และสื่อบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อเหล่านี้ไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) ดูได้จากตารางที่ 15 จากความแตกต่างที่ปรากฏนั้นพบว่า ประชาชนที่มีอายุระหว่าง 23-39 ปี มีการรับข่าวสารจากสื่อนิทรรศการมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 40-45 ปี สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นสอดคล้องกับที่ Wilbur Schramm ได้กล่าวไว้ว่าผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการจัดงานนิทรรศการมักจะจัดหรือเผยแพร่ข่าวสารเฉพาะเรื่อง ดังนั้นการที่ผู้รับสารจะเลือกให้ความสนใจต่อการจัดนิทรรศการใด ๆ ก็ตามผู้รับสารมักจะประเมินสารประโยชน์ของการได้รับข่าวสารจากงานนิทรรศการนั้น ๆ แล้วว่าสามารถสนองจุดประสงค์ของตนหรือไม่ และการที่กลุ่มผู้มีอายุ 23-39 ปี มีการรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวมากกว่ากลุ่มอายุ 40-45 ปีสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซี มาเบิล และ ไอ แอล เจนิส และ ดี ริฟล์ ที่ได้ศึกษาถึงความแตกต่างของอายุคนในการชักจูงจิตใจ ได้ผลสรุปว่า การชักจูงจิตใจ หรือการโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนที่เพิ่มขึ้น ยิ่งกว่านั้นยังมีการศึกษาค้นพบว่า คนหนุ่มสาวนั้นจะเป็นผู้ที่ยึดถืออุดมการณ์ มองโลกในแง่ดี และจิตใจไม่มั่นคงมากกว่าคนแก่ ในขณะที่คนแก่จะมี

ความเป็นคนหัวรั้นและมีการระมัดระวังกว่าคนหนุ่มสาว ดังนั้น คนในวัยหนุ่มสาว จึงสนใจเปิดรับข่าวสารมากกว่า หรือถูกชักจูงได้ง่ายนั่นเอง

1.3 ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) ดูได้จากตารางที่ 17 และ 18 ตามผลของทฤษฎีความแตกต่างของบุคคลของ เดอเฟลอร์ (DeFleur) ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารแตกต่างกัน แต่ในหัวข้อนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานมิได้เป็นไปตามทฤษฎี ด้วยเหตุผลที่ว่า ประชาชนที่ทำการศึกษามีระดับการศึกษาสูง โดยอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ตารางที่ 3) จึงทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ไม่แตกต่างกันนัก (ตารางที่ 17-18) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แชรรมม์ (Schramm, 1964) พบว่าการศึกษามีอิทธิพลต่อความสนใจข่าวสารการเมืองและถ้าคนมีการศึกษาสูงแล้วไม่ว่าจะอยู่ในอาชีพใด มีฐานะเศรษฐกิจอย่างไร ความสนใจข่าวสารทางการเมืองจะไม่แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าสาเหตุของความแตกต่างจากทฤษฎีแลงานวิจัยส่วนใหญ่ของการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านที่เกี่ยวกับการศึกษานี้ อาจเนื่องมาจากการกระจายของลักษณะข้อมูลในด้านการศึกษานี้มีไม่มากพอ ผลที่ได้จะอยู่ที่ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีการศึกษาในระดับสูงเป็นส่วนใหญ่ ผลจึงออกมาดังกล่าว

1.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 (ดูได้จากตารางที่ 19-20) ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านอาชีพนี้มีผลเช่นเดียวกับการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านที่เกี่ยวกับการศึกษา คือ แตกต่างไปจากที่มีการสรุปไว้ในทฤษฎีความแตกต่างของบุคคลของเดอเฟลอร์ (DeFleur) สาเหตุที่อธิบายได้คือการสืบเนื่องจากที่ประชาชนที่เราทำการศึกษามีระดับการศึกษาสูงเป็นส่วนใหญ่ และในงานวิจัยของ แชรรมม์ (Schramm, 1964) ที่กล่าวว่าถ้าคนมี

การศึกษาสูงแล้วไม่ว่าจะอยู่ในอาชีพใด มีฐานะเศรษฐกิจอย่างไร ความสนใจ ข่าวสารทางการเมืองจะไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจากงานวิจัยครั้งนี้คงจะอธิบาย ถึงสาเหตุที่ว่าเหตุใดคนที่มีความรู้ต่างกันจึงมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้าน ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่ต่างกัน ซึ่งสาเหตุก็สืบโยงไปถึงระดับการศึกษาที่สูง ทำให้การเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกันนั่นเอง

1.5 ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการ ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน ประเภทสื่อโทรทัศน์ และจากสื่อ เฉพาะกิจประเภทสื่อแผ่นพับต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) ส่วนสื่อ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ การจัดงานนิทรรศการ สื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ และ สื่อบุคคล พบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการ ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่ เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 (ตารางที่ 21-22) นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มที่มี รายได้ระหว่าง 10,000 -15,000 บาท มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 ขึ้นไป สาเหตุที่เป็นเช่นนี้สามารถ อธิบายได้จากแนวความคิดของ Schramm เกี่ยวกับการศึกษาผู้รับสาร ที่กล่าวว่า "ผู้รับสารที่มีรายได้ต่ำจะมีทางออกทางด้านการพักผ่อนหย่อนใจ (recreation) น้อยกว่าผู้รับสารที่มีรายได้สูง" จากข้อสรุปดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายผลการ วิจัยได้ว่า ผู้มีรายได้ระหว่าง 10,000-15,000 บาทมีการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อโทรทัศน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาท เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก นับเป็นทางออกด้านการพักผ่อนหย่อนใจ อย่างหนึ่งของผู้มีรายได้น้อย ต่างกับผู้ที่มีรายได้มากที่สามารถพักผ่อนได้โดยกิจกรรม ต่าง ๆ มากมาย เช่น ไปชมภาพยนตร์ ไปเที่ยวตามสถานบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งล้วน แต่ต้องใช้เงินมากทั้งสิ้น ดังนั้นสื่อโทรทัศน์จึงได้รับความนิยมจากผู้มีรายได้น้อย

สมมติฐานข้อที่ 2

พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากสื่อมวลชนประเภท โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จากสื่อบุคคลประเภท เพื่อนฝูง ญาติมิตร บุคคลที่รู้จัก และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทแผ่นพับ โปสเตอร์ การจัดงานนิทรรศการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 (ตารางที่ 23, 24) สาเหตุที่ทำให้พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารไม่สัมพันธ์กับความรู้ เนื่องมาจากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารในด้านการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนี้มีปริมาณอยู่ที่ระดับปานกลาง - ค่อนข้างมาก อีกทั้งมีการเปิดรับข่าวสารโดยกระจายจากสื่อหลาย ๆ ประเภท (ตารางที่ 41) แต่ความสนใจในรายการที่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้นอยู่ในระดับน้อย คือ มีผู้ตอบว่าสนใจรายการที่มีเนื้อหาดังกล่าวว่าชมเพียงบางครั้งถึงร้อยละ 49 (ตารางที่ 47) ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่อาจทำให้การรับข่าวสารในปริมาณที่สูงแต่ขาดความสนใจเท่าที่ควร ทำให้ไม่ก่อให้เกิดความรู้มากเท่าที่ควร เพราะขาดความพยายามที่จะเข้าใจในเนื้อหาให้เกิดความรู้ นอกจากนี้ยังมีจุดที่น่าสังเกตอย่างหนึ่งคือ จากผลการวิจัยพบว่าความรู้ด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับนั้นส่วนใหญ่ได้มาจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 70.5 ในขณะที่เนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่นำมาตั้งคำถามในส่วนการทดสอบความรู้ นำมาจากสื่อที่มีการเผยแพร่ข่าวสารด้านดังกล่าวมากที่สุด คือ เอกสารเผยแพร่ที่แจกในการจัดงานนิทรรศการ ซึ่งจากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับข่าวสารจากการจัดงานนิทรรศการในระดับต่ำมาก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความรู้ที่ผู้รับสารได้รับส่วนใหญ่เป็นความรู้จากสื่อโทรทัศน์ และสื่อโปสเตอร์ซึ่งมีการเสนอเนื้อหาด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมน้อย และอาจเป็นเนื้อหาที่ไม่ตรงกับที่นำมาออกแบบสอบถามจึงทำให้ผลการวิจัยออกมาว่า พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ที่ตนเอง แนวคิดและงานวิจัยที่สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ คือ งานวิจัยของลดาวัลย์ พอใจ ที่ทำการศึกษา

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าสื่อ นอกจากนี่ยังมีแนวคิดของอิทธิพลของสื่อมวลชน(อ้างในปรมะ สตะเวทิน , 2533) ที่พอสรุปได้ว่า สื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อประชาชน แต่เป็นเพียงผู้สนับสนุนความคิดเห็น ทศนคติ หรือทำที่ตั้งเดิมเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากสื่อมวลชนจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้จึงไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน แต่จะเกิดเพราะผู้รับข่าวสารมีความสนใจที่จะแสวงหาความรู้หรือข่าวสารนั้น ๆ อยู่แล้ว

สมมติฐานข้อที่ 3

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อวิทยุ นิตยสาร และงานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 (ตารางที่ 25, 26) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงทิพย์ วรพันธ์ เรื่อง กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อปลูกฝังโภชนาการแก่สตรีชนบท จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าสตรีที่เปิดรับสื่อการปลูกฝังโภชนาการจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ มีทัศนคติดีกว่าสตรีที่ไม่เปิดรับสื่อดังกล่าว และงานวิจัยของ ต๋องฤดี ปุณณกันต์ เรื่อง การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การเปิดรับการสื่อสารทั้งจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน

แต่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ และสื่อบุคคล ไม่มีความ



สัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 (ตารางที่ 25, 26) ผลสรุปดังกล่าวสามารถอธิบายได้จากแนวคิดของ ซิมบาโด (Zimbardo) ที่กล่าวถึงด้านการเสนอข่าวสารซ้ำ ๆ (repetition of message) ที่เสนอไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับ familiarity ไว้ว่า การที่สารนั้น ๆ มีการเสนอเนื้อหาซ้ำ ๆ กันบ่อย ๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามเนื้อหาที่น่าเสนอนั้น ๆ หากเป็นเนื้อหาในทางดี มีการโน้มน้าวใจให้เกิดการกระทำตาม ก็จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วม คือปฏิบัติตามคำแนะนำนั้น ๆ ในที่สุด

แนวคิดดังกล่าวอธิบายผลสรุปงานวิจัยในแง่ที่ว่า เนื้อหาข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เผยแพร่ตามสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ และสื่อบุคคล ไม่มีการเผยแพร่อย่างต่อเนื่องเท่าที่ควร อีกทั้งความบ่อยครั้งหรือความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าว ผ่านสื่อที่กล่าวมายังอยู่ในปริมาณน้อย และไม่สม่ำเสมอเท่าใดนัก ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่เมื่อมีการเผยแพร่ข่าวสารอย่างไม่ต่อเนื่องจึงไม่ก่อให้เกิดผลตามแนวความคิดของ ซิมบาโด (Zimbardo, 1991) ที่ว่าเมื่อมีการเสนอข่าวสารอย่างต่อเนื่องจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ ซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในที่สุด นอกจากนี้สำหรับทางด้านสื่อบุคคลนั้นไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติ อาจเป็นเพราะว่าองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่เป็นปัจจัยในการก่อให้เกิดทัศนคติในด้านลบและด้านบวก คือ แหล่งข่าวสารนั้นเองโดยที่นักสังคมศาสตร์หลายท่านได้ให้แนวคิดไว้ว่า ทัศนคติที่ผู้รับมีต่อผู้ส่งสาร จะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย บางครั้งคำถามที่ว่า "ใครเป็นคนพูด" มีความสำคัญพอ ๆ กับคำตอบว่า "พูดว่าอะไร" ดังนั้นจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ส่งสาร ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร ที่จะส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติมากกว่าแหล่งสารที่มีคุณสมบัติเหล่านั้น นอกจากสื่อบุคคลแล้ว สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจบางชนิดที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติอาจเนื่องจากปัจจัยทางด้านเนื้อหาข่าวสาร ซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน (อ้างในเสถียร เชยประทับ, 2528) ที่กล่าวว่าหากสารที่อยู่ในสื่อมวลชนไม่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชนประชาชน

นั้น ๆ ก็จะไม่สนใจสิ่งนั้น ๆ ทำให้ไม่เกิดความรู้ อันจะนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดี และมีการเกิดพฤติกรรมในที่สุด ตามแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers) ที่กล่าวว่า "เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็จะเกิดความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ และความรู้ ความเข้าใจจะทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ตามมา"

สมมติฐานข้อที่ 4

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ทุกประเภทที่ทำการศึกษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งสิ้นซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 (ตารางที่ 27, 28) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers, 1978) ที่กล่าวว่า "การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสารได้" และสอดคล้องกับงานวิจัยของประสพสุข ดิอินทร์ (2531) ที่พบว่า "การที่กลุ่มตัวอย่างได้พบปะพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้" จากการวิจัยของ พิสิณส์ บุญไชย (2525) ที่พบว่า "การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้มาก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วม ในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้"

สมมติฐานข้อที่ 5

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากผลการวิจัยพบว่า

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในเชิงบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 (ตารางที่ 29) แนวความคิดที่สามารถอธิบายถึง

ผลของการทดสอบสมมติฐานนี้ได้ก็คือ แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติของ Katz และ Stotland ซึ่งได้แยกส่วนประกอบของทัศนคติไว้เป็น 3 ส่วน และ 1 ใน 3 ส่วนนั้นก็คือ ส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ความเข้าใจเรียกว่า "Cognitive Component" ได้แก่ ความคิดซึ่งเป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด ซึ่งความคิดนี้อาจจะอยู่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งต่างออกไป นอกจากนั้น แมคกายร์ (McGuire, 1968) ยังได้กล่าวไว้ว่าขั้นตอนที่ 2 จาก 5 ขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติคือ ความเข้าใจ (Comprehension) ซึ่งแน่นอนว่าก่อนเกิดความเข้าใจในสิ่งใดก็ตาม เราต้องมีความรู้ในสิ่งนั้น ๆ ก่อน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความรู้เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางบวกหรือลบ สำหรับงานวิจัยที่สามารถนำมาสนับสนุนผลการทดสอบของสมมติฐานข้อที่ 5 นี้ ได้แก่ งานวิจัยของ ลดาวัลย์ พอใจ ที่ศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตอำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน

สมมติฐานข้อที่ 6

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากการวิจัยพบว่า

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 (ตารางที่ 30) จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 นี้ คงจะต้องอ้างอิงถึงทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารนวัตกรมในเรื่องของกระบวนการการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรมอันประกอบด้วย ขั้นความรู้ ขั้นสนใจ ขั้นตัดสินใจ ขั้นการนำมาใช้ และ ขั้นทบทวนการตัดสินใจ แต่ในขั้นแรก คือ ขั้นที่บุคคลรู้ว่ามีนวัตกรมอยู่ และมีความเข้าใจถึงหน้าที่ของนวัตกรมนั้น

จากการศึกษาเรื่องการสื่อสารนวัตรมของโรเจอร์ส (E.M. Rogers) และ ชูเมคเกอร์ (F.F. Shoemaker) (อ้างในเสถียร เศษประทับ, 2528) ถึงความพ้องกันหรือการไปด้วยกันระหว่างความรู้และพฤติกรรม พบว่าการมีความรู้เกี่ยวกับนวัตรมและการยอมรับนวัตรม นั้นของสองอย่างที่แตกต่างกัน บุคคลส่วนมากมีความรู้เกี่ยวกับนวัตรมหลาย ๆ อย่างที่เขาไม่เคยยอมรับนำไปใช้เลย เหตุผลคือเขาเห็นว่านวัตรมไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีประโยชน์กับตน ความคิดเกี่ยวกับนวัตรมก็จะหยุดยั้งแค่ความรู้ แต่หากเขาเห็นประโยชน์ก็จะนำไปสู่การยอมรับนวัตรมไปปฏิบัติต่อไป

สมมติฐานข้อที่ 7

ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน จากการวิจัยพบว่า

ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนนั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 (ตารางที่ 31) ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของKatzและ Stoland ในเรื่องของการแยกส่วนประกอบของทัศนคติไว้เป็น 3 ส่วน และในส่วนที่ 3 คือ ส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) ซึ่งมีแนวโน้มไปในทางกระทำ หรือพฤติกรรม ในลักษณะที่ว่าเมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่นเมื่อบุคคลมีความรู้สึกในด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงออกก็จะเป็นไปในทางที่ดี และจากการวิจัยครั้งนี้ระดับของทัศนคติส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่มีทัศนคติเชิงบวก คิดเป็นร้อยละ 67.5 (ตารางที่ 11) และระดับของการมีส่วนร่วมก็อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง (ตารางที่ 12) ดังนั้นผลการวิจัยยังเน้นให้เห็นถึงข้อสรุปของการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ทฤษฎีของการยอมรับนวัตรมยังสามารถนำมาอธิบายผลของการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 ได้ว่าหากผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อคุณลักษณะต่างๆ ของนวัตรม กล่าวคือ เห็นว่าการยอมรับนวัตรมดังกล่าวสามารถให้ประโยชน์แก่ตนและมีประโยชน์กว่าสิ่งเก่า ๆ หรือ

วิถีปฏิบัติแบบเดิมรวมทั้งเห็นว่านวัตกรรมนั้น ๆ (หมายถึงการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม) มีความสอดคล้องกับความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ไม่มีความซับซ้อนในการทำความเข้าใจและปฏิบัติตาม รวมทั้งสามารถนำไปทดลองใช้และสังเกตเห็นผลได้แล้ว การมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือก็คือการยอมรับนวัตกรรม ย่อมเกิดได้ในที่สุด

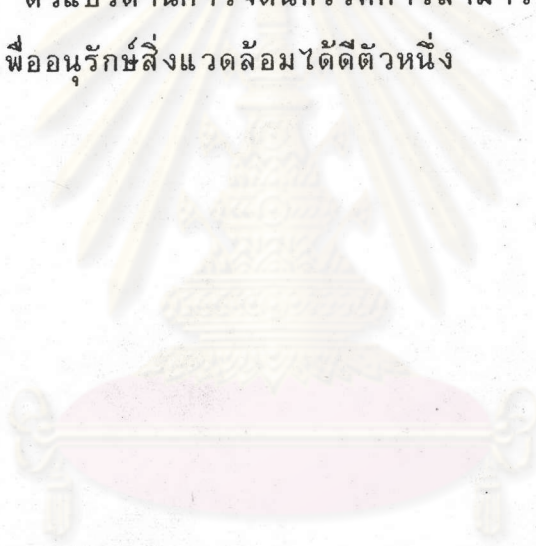
สมมติฐานข้อที่ 8

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน

การทดสอบสมมติฐานในข้อนี้คือการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ปรากฏผลดังนี้

จากการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อวิทยุ แผ่นพับ การจัดงานนิทรรศการและทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นตัวแปร 4 ตัว ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยตัวแปรที่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมมากที่สุดคือ ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ แผ่นพับ และการจัดงานนิทรรศการตามลำดับ (ตารางที่ 32) ในส่วนของทัศนคติที่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมได้มากที่สุดได้เสนอข้อคิดเห็นไว้ในการอภิปรายผลจากสมมติฐานข้อที่ 7 ไว้แล้วส่วนในเรื่องของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริงมีเพียง 3 ตัวแปร คือการเปิดรับข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อเฉพาะกิจ 2 สื่อ คือ แผ่นพับ และการจัดงานนิทรรศการ สาเหตุคงเนื่องมาจากสื่อเฉพาะกิจสร้างขึ้นเพื่อติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะและประสิทธิภาพของสื่อแผ่นพับก็เป็นสื่อที่สามารถส่งข้อมูลข่าวสารที่ค่อนข้างมากได้สะดวก ผู้รับสารสามารถพบสาระสำคัญของเนื้อหาได้ในรูปแบบของสื่อที่สะดวกในการ

ได้รับ (มีคนมาแจก หรือ หยิบไปฟรีไม่ต้องซื้อหา) สะดวกในการพกพาและการ
อ่าน (อ่านเมื่อไรก็ได้ เนื้อหาพอสมควร มีภาพประกอบทำให้ไม่น่าเบื่อ) ดังนั้น
สื่อแผ่นพับจึงมีส่วนช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ได้ สำหรับการจัดงานนิทรรศการซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร
เฉพาะด้าน มีการใช้สื่อหรือกิจกรรมในหลายรูปแบบที่สามารถทำให้ผู้รับสาร
เลือกดูตามความสนใจของตนเอง หรือตามการประเมินว่ามีสาระประโยชน์หรือไม่
ไม่ตอบสนองจุดประสงค์ของตนได้หรือไม่ ด้วยเหตุนี้ในการเปิดให้ผู้รับสารมี
เสรีภาพในการเลือกพิจารณา และเลือกที่จะรับสารด้านการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์
สิ่งแวดล้อมนั้น ตัวแปรด้านการจัดนิทรรศการสามารถอธิบายการมีส่วนร่วมใน
การใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ดีตัวหนึ่ง



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนในการเสนอข่าวสารด้านการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่ร่อยหรอและเสื่อมโทรมในปัจจุบันให้ดีขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ประชาชนยังได้แสดงความคิดเห็นในการตอบคำถามปลายเปิดว่า น่าจะนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านสื่อโทรทัศน์ทุกวัน ในช่วงเวลาหลังข่าว ในรูปแบบของเกร็ดความรู้ สารคดีบันเทิงสั้น ๆ ให้เนื้อหาเกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพราะจากการทดสอบความรู้พบว่า ประชาชนยังไม่มีความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์นี้มากเท่าที่ควร ซึ่งได้อภิปรายแล้วว่าความรู้ในเรื่องดังกล่าวมักเสนอผ่านเอกสารที่แจกในงานนิทรรศการมากที่สุด ในขณะที่คนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ดังนั้นหากมีการนำเสนอเนื้อหาให้ถูกช่องทางน่าจะก่อประโยชน์ในการให้ความรู้ได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังควรที่จะเสนอข่าวสารในความถี่ที่เหมาะสมอีกด้วย

2. จากการวิจัยพบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมาก ดังนั้นควรที่จะเร่งก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ หมายถึง ต้องมีการให้ความรู้ให้มากพอที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี อันจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีกระทั่งเกิดการมีส่วนร่วมในที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบปัญหาในการแบ่งกลุ่มอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บแบบสอบถาม เนื่องจากกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไป และงานบริการ ส่วนมากจะทำงานในบริษัทห้างร้านในตำแหน่งลูกจ้างชั่วคราว ดังนั้นจึงไปคาบเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท จึงควรมีการพิจารณาการจัดแบ่งให้ดีเพื่อความสะดวกในการทำการวิจัยในครั้งต่อไป

2 การออกแบบสอบถามทางด้านความรู้ น่าจะคำนึงถึงความตรงประเด็น กล่าวคือ ควรถามให้ตรงประเด็นที่ต้องการใช้ เช่น ควรจะถามว่า ทราบไหมว่าหากใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะก่อให้เกิดผลดีต่อสภาพแวดล้อมที่กำลังเสื่อมโทรมนี้อย่างไร มิใช่ถามถึงแต่ความรู้ทางวิชาการ เช่น ทราบไหมว่าการใช้น้ำมันไร้สารตะกั่วประหยัดพลังงานได้กี่เปอร์เซ็นต์ เพราะผลจากการออกแบบสอบถามผิดประเด็นสำคัญที่ต้องการทราบอาจทำให้ผลที่ออกมาไม่สอดคล้องกับสิ่งที่ควรจะเป็น อีกประการหนึ่งคือ ข้อคำถามไม่ควรยากมาก เพราะเป็นเพียงการทดสอบความรู้เพื่อส่งผลถึงทัศนคติที่ดีที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรม หรือการมีส่วนร่วม

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย