

[กนกวรรณ , นันทิยา , ธีรพงษ์ , สุกัญญา หน้า 58-70]



ปัจจัยพยากรณ์การกระทำด้านสิ่งแวดล้อมของคนไทยต่างเจนเนอเรชั่น ในกรุงเทพมหานคร

Predictive Factors for Environmental Actions among Different Generations
of Thais in Bangkok

กนกวรรณ ชุมพลบุษกร. สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

นันทิยา ดวงภูมิเมศ. สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

ธีรพงษ์ บุญรักษา. สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

สุกัญญา เสรีนนท์ชัย. คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

Kanokwan Chumpolbunchon. *Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University*

Nuntiya Doungpoommes. *Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University*

Therapong Boonraksa. *Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University*

Sukunya Serinonchai. *Faculty of Environment and Resource studies, Mahidol University*

Corresponding author, Email : kanockwan_soy@hotmail.com

Received: 07 December 2019 ; Revised: 19 March 2020 ; Accepted: 23 March 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยพยากรณ์การกระทำด้านสิ่งแวดล้อม (ด้านการมีส่วนร่วมด้านการเป็นผู้นำ) ของคนไทยโดยรวมและแต่ละเจนเนอเรชั่น (Gen-B Gen-X Gen-Y และ Gen-Z) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 400 คน แบ่งเป็นเจนเนอเรชั่นละ 100 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย และมีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด 2) Gen-B, Gen-X และ Gen-Z มีการเปิดรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์ และเว็บไซต์สูงสุด และ Gen-B มีความคิดเห็นว่า เว็บไซต์ และโทรศัพท์นำเสนอด้านสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสมที่สุด ในขณะที่ Gen-X และ Gen-Z มีความเห็นว่าทั้ง 3 สื่อเป็นสื่อที่นำเสนอได้เหมาะสมที่สุด สำหรับ Gen-Y มีการเปิดรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์สูงสุด และมีความเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์ และเว็บไซต์นั้นนำเสนอได้เหมาะสมที่สุด 3) Gen-B มีโลกทัศน์ผู้ดูแล โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นอันดับแรก ส่วน Gen-X และ Gen-Y มี

โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับแรก และ Gen-Z มีโลกทัศน์ผู้ดูแล โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นอันดับแรก 4) ทุกเจนเนอเรชันมีความถี่ของการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการมีส่วนร่วมอยู่ระดับน้อย และด้านการเป็นผู้นำอยู่ระดับน้อยที่สุด 5) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพยากรณ์การกระทำด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการมีส่วนร่วม ของ Gen-B คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านองค์กร Gen-X คือ ปัจจัยด้านองค์กร Gen-Y คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม และ Gen-Z คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งทั้งหมดมีผลในทางบวก สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการเป็นผู้นำของ Gen-B คือ โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลในทางลบ ส่วน Gen-Y คือ โลกทัศน์การจัดการโลก ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลทางบวก ในขณะที่ Gen-X และ Gen-Z ไม่มีปัจจัยใดเลยที่มีอิทธิพลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการเป็นผู้นำ

คำสำคัญ: เจนเนอเรชัน, ปัจจัยพยากรณ์การกระทำด้านสิ่งแวดล้อม, สื่อ

Abstract

The research aims to study the predictive factors for environmental actions such as participatory actions, and leadership actions among different generations i.e. Gen-B, Gen-X, Gen-Y, and Gen-Z of Thais in Bangkok. It employed quantitative research methodology using questionnaire to collect data from 400 Thais who live in Bangkok consisting of 100 representatives from each generation.

The findings indicate that 1) the sample consisted of more females than males, while majority have lower than a bachelor's degree. 2) Gen-B, X, and Z are equally exposed to environmental information via social media, TV, and website as their primary resources. The most appropriate environmental presenting media in Gen-B are TV, and website, while Gen-X and Z are social media, TV, and website. Gen-Y is exposed to environmental information via social media as their primary resource and the most appropriate environmental presenting media are social media and television. 3) The main factors of Gen-B are stewardship worldview, environmental wisdom worldview, and socio-cultural factors. Gen-X and Y are environmental wisdom worldview, and Gen-Z are stewardship worldview, environmental wisdom worldview, economic factors, socio-cultural factors, and institutional factors. 4) The frequency of environmental actions in every generation is at a low level in participatory actions, and lowest level in leadership actions. 5) The results of predictive factors for environmental actions among different generations reveal as follows: Firstly, the factors that affect participatory actions in Gen-B are socio-cultural, and institutional factors; in Gen-X are institutional factors; in Gen-Y are socio-cultural factors, and environmental wisdom worldview; and in Gen-Z are socio-cultural factors. All factors are in the positive direction. Finally, the factors that affect leadership actions in Gen-B are environmental wisdom worldview which affect in negative direction; in Gen-Y are planetary management worldview, socio-cultural factors,

and environmental wisdom worldview which affect in positive direction; and there are no predictive factors that affect leadership actions in Gen-X and Gen-Z.

Keywords: Generation, Predictive Factors for Environmental Actions, Media

บทนำ

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมจัดเป็นปัญหาสำคัญระดับโลก ซึ่งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของประชากร การขยายตัวทางเศรษฐกิจและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ จึงทำให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง เกิดความเสื่อมโทรม รวมถึงปัญหามลภาวะสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น มลพิษทางน้ำ และภาวะโลกร้อน เป็นต้น (นัฐวุฒิ เวชกามา, 2554) หากมนุษย์ทุกคนไม่ช่วยกันแก้ไข ปัญหาเหล่านี้ก็จะย้อนกลับมาทำร้ายมนุษย์ได้ ส่งผลเสียต่อทรัพยากร สุนัข และชีวิต

การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมให้ได้ผล จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนทุกภาคส่วน ทำให้การสื่อสารรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมในสังคมจึงเป็นสิ่งที่หลายองค์กรทั้งระดับโลก และระดับภูมิภาคพยายามผลักดัน แต่อย่างไรก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก ยกตัวอย่างในประเทศไทยที่พยายามรณรงค์การจัดการขยะอย่างถูกต้อง การแยกขยะเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการลดขยะพลาสติก แต่ปัญหายังถูกรายงานในสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่องและเป็นที่น่าเป็นห่วง ยังคงมีปัญหามลพิษด้านกรุงเทพมหานครซึ่งทำให้ถูกจัดเป็นประเทศที่มีปัญหาขยะในอันดับต้นๆของโลก (ไทยโพสต์, 2561) โดยกาญจนา แก้วเทพอธิบายถึงอิทธิพลของสื่อในการรณรงค์สิ่งแวดล้อมว่า ปัจจุบันได้ผลดีในเรื่องการให้ความรู้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยด้านทัศนคติ แต่มักหวังผลไม่ได้ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อาจสรุปว่าเป็นเรื่องที่ว่า “รู้ทั้งรู้ แต่ไม่ปฏิบัติ” (กาญจนา แก้วเทพ, 2556)

ทั้งนี้ นักวิชาการหลายท่าน เช่น Hines, Hungerford, & Tomera (1986) และ Kollmuss & Agyeman (2002) ได้หาสาเหตุการแสดงพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างในแต่ละบุคคล ซึ่งพบว่าปัจจัยหลายอย่างเป็นสิ่งเร้าและทำงานร่วมกัน เช่น ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สถานการณ์ ภาวะทางสังคม หรือปัจจัยภายใน ได้แก่ ความรู้สึก ค่านิยม ประสพการณ์ รวมถึงปัจจัยด้านเพศ การศึกษา (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2558) และแม้กระทั่งเจนเนอเรชั่น (Generation) ซึ่งความต่างของเจนเนอเรชั่นนั้นเป็นที่ยอมรับทั่วโลก เพราะโครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนแปลงในทุกสมัยโดยขึ้นกับสถานการณ์ทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจในช่วงนั้นเป็นแรงผลักดัน ทำให้คนแต่ละยุคสมัยมีพฤติกรรม ทัศนคติ วิถีชีวิต และค่านิยมแตกต่างกันไป (VZMART, 2559) เช่นเดียวกับวัฒนธรรมด้านสิ่งแวดล้อม บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่ต่างกันในแต่ละเจนเนอเรชั่นหล่อหลอมให้มีโลกทัศน์ การกระทำด้านสิ่งแวดล้อมที่ต่างกันด้วย โดยงานวิจัยของ Park & Smardon (2009) พบว่าผู้สูงอายุแสดงระดับความเชื่อมโยงธรรมชาติสูงกว่า และแนวโน้มความตั้งใจที่จะรีไซเคิลมากกว่าในกลุ่มเด็กรุ่นใหม่ และงานวิจัยของ Wiernik, Ones, & Dilchert (2013) พบว่าบุคคลที่มีอายุต่างกันจะมีทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมและรูปแบบการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมต่างกัน

อย่างไรก็ตาม เมื่อศึกษางานวิจัยด้านการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ของผู้รับสารแต่ละเจนเนอเรชั่นที่ส่งผลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงวิเคราะห์ถึงปัจจัยพยากรณ์การกระทำด้านสิ่งแวดล้อมของคนไทยโดยรวมและแต่ละเจนเนอเรชั่นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการรณรงค์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะขั้นตอนการสร้างสรรค์เนื้อหา วิธีการนำเสนอ และการวางแผนสื่อให้

สอดคล้องกับธรรมชาติของกลุ่มคนแต่ละเจนเนอเรชั่น รวมถึงใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ การออกกฎและมาตรการบังคับ นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มองค์ความรู้ในแวดวงวิชาการด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในประเด็นที่ของการสื่อสารกับกลุ่มคนที่มีเจนเนอเรชั่นที่ต่างกันด้วย

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยพยากรณ์การกระทำด้านสิ่งแวดล้อม (ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการเป็นผู้นำ) ของคนไทยโดยรวมและแต่ละเจนเนอเรชั่น (Gen-B Gen-X Gen-Y และ Gen-Z) ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดหรือทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบในการวิจัย

งานวิจัยนี้ประยุกต์จากแบบจำลองของ Kollmuss & Agyeman (2002) ที่สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ 1) ปัจจัยประชากร ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ องค์กร เศรษฐกิจ และ สังคมและวัฒนธรรม 3) ปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ค่านิยม ทักษะคิด ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม การมีอารมณ์ร่วม การตระหนักถึงความสามารถในการควบคุม และ ความรับผิดชอบและการเรียงลำดับความสำคัญ

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Stern, Dietz, Kalof, & Guagnano (1995) พบว่า ค่านิยม ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นส่วนที่สร้างโลกทัศน์ด้านสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคล ซึ่งโลกทัศน์จะส่งผลโดยตรงต่อความตระหนักต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม อันส่งผลต่อไปยังการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม โดย Miller & Spoolman (2009) และ Cengage (2017) ได้นิยามความหมายของโลกทัศน์สิ่งแวดล้อมว่าเป็นทัศนะการมองโลกของมนุษย์ในด้านสิ่งแวดล้อม ที่เน้นถึงความคิดของมนุษย์ต่อการทำงานของโลก บทบาทและความสามารถของมนุษย์ต่อการจัดการโลก รวมถึงความเชื่อเรื่องพฤติกรรมที่ถูกและผิดต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยภายในของ Kollmuss & Agyeman (2002) โดยทัศนะการมองโลกและความเชื่อเรื่องพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อม คือ ปัจจัยด้านทัศนคติและความเชื่อด้านสิ่งแวดล้อม อันส่งผลต่อการมีอารมณ์ร่วมกับประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นๆ ส่วนความคิดของมนุษย์ต่อการทำงานของโลก บทบาทและความสามารถของมนุษย์ต่อการจัดการโลก สอดคล้องกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ ด้านการตระหนักถึงความสามารถในการควบคุม และด้านความรับผิดชอบและการเรียงลำดับความสำคัญ งานวิจัยนี้จึงนำโลกทัศน์สิ่งแวดล้อมที่มีเครื่องมือวัดที่น่าเชื่อถือในแวดวงวิชาการ คือ กระบวนทัศน์ใหม่เชิงนิเวศฉบับปรับปรุง ของ Dunlap et al. (2000) มาใช้ในการประเมินปัจจัยภายใน

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยพยากรณ์การกระทำด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Action) ของคนในแต่ละเจนเนอเรชั่น (แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ Gen-B คือ กลุ่มที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2486-2503 Gen X กลุ่มที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2504-2524 Gen Y กลุ่มที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2525-2548 และ Gen Z กลุ่มที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549-2553) จึงมุ่งศึกษา 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ โลกทัศน์การจัดการโลก (Planetary Management Worldview) โลกทัศน์ผู้ดูแล (Stewardship Worldview) และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Wisdom Worldview) และ 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร (Institutional Factors) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) และ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factors) ดังในภาพที่ 1

ปัจจัยพยากรณ์



ภาพที่ 1 ปัจจัยพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม

นิยามตัวแปร

ปัจจัยภายในของการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง โลกทัศน์หรือทัศนคติของคนไทยในสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โลกทัศน์การจัดการโลก โลกทัศน์ผู้ดูแล และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม

โลกทัศน์การจัดการโลก คือ ทัศนคติที่มนุษย์เป็นศูนย์กลาง มองว่ามนุษย์มีอำนาจเหนือสิ่งแวดล้อม เป็นเจ้าของ สามารถควบคุมและจัดการสิ่งแวดล้อมได้โดยอาศัยความฉลาดและเทคโนโลยี ทำให้ทรัพยากรที่มีอยู่จะไม่วันหมดไป โดยสิ่งแวดล้อมมีอยู่เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของมนุษย์

โลกทัศน์ผู้ดูแล คือ ทัศนคติที่ว่ามนุษย์มีความสามารถและควรจัดการโลกนี้เพื่อประโยชน์ของตนเอง มีหน้าที่รับผิดชอบต่อหลักจริยธรรมในการเป็นผู้ดูแล โดยเชื่อว่าทรัพยากรธรรมชาติไม่มีวันหมด แต่ไม่ควรใช้อย่างเปล่าประโยชน์ สนับสนุนเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม และต่อต้านผลิตภัณฑ์ที่จะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม คือ ทัศนคติว่าทุกสิ่งในโลกมีความสำคัญหมดไม่ว่ามีชีวิตหรือไม่มีชีวิต ธรรมชาติเป็นของสิ่งมีชีวิตทุกชนิดไม่ใช่แค่มนุษย์ มนุษย์เป็นเพียงส่วนหนึ่งและขึ้นกับธรรมชาติ ดังนั้นต้องไม่ทำสิ่งที่จะส่งผลเสียต่อระบบโดยรวม และเชื่อว่าทรัพยากรธรรมชาติมีจำกัด มนุษย์ควรทำทุกอย่างที่จะไม่ทำให้เสียไปอย่างเปล่าประโยชน์ และควรสนับสนุนเศรษฐกิจแบบพอเพียงและการพัฒนาอย่างยั่งยืนลดการทำให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม

ปัจจัยภายนอกของการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง สภาพการณ์แวดล้อมที่บุคคลรับรู้และส่งผลต่อการกระทำทางสิ่งแวดล้อมของบุคคล ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยด้านองค์กร คือ ความพร้อมขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสิ่งแวดล้อมในการให้ข้อมูลความรู้ และอำนวยความสะดวกให้เกิดการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการรับรู้ถึงการแสดงความพยายามขององค์กรในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ คือ ความคุ้มค่าของสิ่งที่จะเสียไปเมื่อแสดงการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม คือ ปัจจัยที่หล่อหลอมให้บุคคลแสดงการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การถูกเลี้ยงให้มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมจากสถาบันต่างๆ เช่น ครอบครัว โรงเรียน และองค์กรสิ่งแวดล้อม

เป็นต้น การสื่อสารรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมในสังคม และประสบการณ์ด้านหายนะทางสิ่งแวดล้อม

การกระทำด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลตั้งใจกระทำทั้งโดยตรงและโดยอ้อมเพื่อก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม โดยการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การมีส่วนร่วม (Participatory Actions) และการเป็นผู้นำ (Leadership Actions)

การมีส่วนร่วม คือ การกระทำของบุคคลในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยที่บุคคลไม่ต้องใช้ความพยายามในการเสียสละและเสี่ยงความเสี่ยงในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การพูดคุยกับผู้อื่นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และการเข้าร่วมในกิจกรรมของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

การเป็นผู้นำ คือ การที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การคว่ำบาตร การยื่นคำร้องด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการประท้วง เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งประชากรการวิจัย คือ ประชาชนชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ Gen-B Gen-X Gen-Y และ Gen-Z รวมทั้งหมด 296,068 คน (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, 2560) ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับ 5% จึงได้ขนาดที่ 400 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้เทคนิคไม่อาศัยหลักการความน่าจะเป็นแบบโควตา (Quota) แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 กลุ่มตามเจนเนอเรชันในจำนวนเท่าๆกัน คือ 100 คน และแต่ละกลุ่มย่อยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นบุคคลใดก็ตามที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน สำหรับเครื่องมือรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย¹ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ลักษณะประชากร ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน และการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม และใช้สถิติเชิงอนุมานคือ Multiple Linear Regression Analysis วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมของคนไทยโดยรวมและแต่ละเจนเนอเรชัน

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ คือ 59 และ 41 ตามลำดับ ในขณะที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 57 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 29 และน้อยที่สุด คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 14

การเปิดรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมและความเหมาะสมในการนำเสนอของสื่อ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่ม เปิดรับผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.68) และเว็บไซต์ ($\bar{x}$ = 3.54) สูงที่สุด คือ ระดับมาก และมีความคิดเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.78) เว็บไซต์ ($\bar{x}$ = 3.71) และโทรทัศน์ ($\bar{x}$ = 3.61) นำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสมที่สุด อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกกลุ่ม พบว่า Gen-B มีการเปิดรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.36) โทรทัศน์ ($\bar{x}$ = 3.30) และเว็บไซต์ ($\bar{x}$ = 3.28) สูงที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง และมีความคิดเห็นว่า เว็บไซต์ ($\bar{x}$ = 3.52) และโทรทัศน์ ($\bar{x}$ = 3.49) นำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสมที่สุด อยู่ในระดับมาก Gen-X และ Gen-Z มีการเปิดรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ Gen-X= 3.66; $\bar{x}$ Gen-Z = 3.99)

โทรทัศน์ ($\bar{x}$ Gen-X = 3.62; $\bar{x}$ Gen-Z = 3.76) และเว็บไซต์ ($\bar{x}$ Gen-X = 3.58; $\bar{x}$ Gen-Z = 3.90) สูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ในขณะที่เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ Gen-X = 3.85; $\bar{x}$ Gen-Z = 3.91) โทรศัพท์ ($\bar{x}$ Gen-X = 3.63; $\bar{x}$ Gen-Z = 3.91) และเว็บไซต์ ($\bar{x}$ Gen-X = 3.76; $\bar{x}$ Gen-Z = 3.84) นำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสมที่สุด คือ ระดับมาก และ Gen-Y มีการเปิดรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.69) สูงที่สุด คือระดับมาก และมีความคิดเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.97) และเว็บไซต์ ($\bar{x}$ = 3.72) นำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสมที่สุด อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่ม มีปัจจัยด้านที่สูงที่สุด คือ โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 4.15) โลกทัศน์ผู้ดูแล ($\bar{x}$ = 3.66) และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{x}$ = 3.62) อยู่ระดับมาก และเมื่อจำแนกกลุ่ม พบว่า Gen-B มีผลและการเรียงลำดับของปัจจัยเช่นเดียวกับภาพรวม ($\bar{x}$ _{โลกทัศน์สิ่งแวดล้อม} = 4.11; $\bar{x}$ _{โลกทัศน์ผู้ดูแล} = 3.77; $\bar{x}$ _{สังคมและวัฒนธรรม} = 3.60) ในขณะที่ Gen-X มีปัจจัยโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 4.28) สูงที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด Gen-Y มีปัจจัยโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 4.27) สูงที่สุด อยู่ระดับมากที่สุด และ Gen-Z มีปัจจัยด้านที่สูงที่สุด คือ โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 3.93) โลกทัศน์ผู้ดูแล ($\bar{x}$ = 3.77) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{x}$ = 3.72) ปัจจัยด้านองค์กร ($\bar{x}$ = 3.43) และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ($\bar{x}$ = 3.43) อยู่ระดับมาก

ความถี่การกระทำด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกเจนเนอเรชั่น มีการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}$ _{all Gen} = 2.49; $\bar{x}$ _{Gen-B} = 2.58; $\bar{x}$ _{Gen-X} = 2.57; $\bar{x}$ _{Gen-Y} = 2.49; $\bar{x}$ _{Gen-Z} = 2.33) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า หัวข้อที่มีอยู่อันดับสูงที่สุดของในทุกกลุ่ม คือ การเรียนรู้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมด้วยตนเอง ($\bar{x}$ _{all Gen} = 3.47; $\bar{x}$ _{Gen-B} = 3.48; $\bar{x}$ _{Gen-X} = 3.54; $\bar{x}$ _{Gen-Y} = 3.32; $\bar{x}$ _{Gen-Z} = 3.55) ซึ่งอยู่ในระดับมาก, ระดับมาก, ระดับปานกลาง, ระดับมาก และระดับมาก ตามลำดับ ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างทุกเจนเนอเรชั่นมีการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมด้านการเป็นผู้นำอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x}$ _{all Gen} = 1.34; $\bar{x}$ _{Gen-B} = 1.37; $\bar{x}$ _{Gen-X} = 1.31; $\bar{x}$ _{Gen-Y} = 1.52; $\bar{x}$ _{Gen-Z} = 1.16) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกหัวข้ออยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพยากรณ์ส่งผลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมของคนไทยโดยภาพรวม และในแต่ละเจนเนอเรชั่น พบว่า ปัจจัยพยากรณ์การกระทำด้านสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วมในเชิงบวก ของ คนไทยโดยภาพรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านองค์กร และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ขณะที่ Gen-B ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านองค์กร Gen-X ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร Gen-Y ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม Gen-Z ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่วนปัจจัยพยากรณ์การกระทำด้านสิ่งแวดล้อมด้านการเป็นผู้นำในเชิงบวก มีแค่ใน Gen-Y เท่านั้น ได้แก่ โลกทัศน์การจัดการโลก ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เจนเนอเรชั่นอื่นไม่มีปัจจัยใดส่งผลด้านผู้นำเลย ยิ่งไปกว่านั้นใน Gen-B มีปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบ คือ โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ปัจจัยพยากรณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมของคนไทยโดยภาพรวม และแต่ละเจนเนอเรชั่น

การกระทำ ด้าน สิ่งแวดล้อม	ลำดับ	คนไทยโดยรวม		Gen-B		Gen-X		Gen-Y		Gen-Z	
		ปัจจัย	Beta*	ปัจจัย	Beta*	ปัจจัย	Beta*	ปัจจัย	Beta*	ปัจจัย	Beta*
ด้านการมีส่วนร่วม	1	ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรม	0.279	ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรม	0.300	ปัจจัยด้าน องค์กร	0.346	ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรม	0.462	ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรม	0.308
	2	ปัจจัยด้านองค์กร	0.139	ปัจจัยด้านองค์กร	0.228			โลกทัศน์สติปัญญา ด้านสิ่งแวดล้อม	0.260		
	3	โลกทัศน์สติปัญญา ด้านสิ่งแวดล้อม	0.113								
ด้านการเป็นผู้นำ	1							โลกทัศน์การ จัดการ โลก	0.320		
	2							ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรม	0.249		
	3							โลกทัศน์สติปัญญา ด้านสิ่งแวดล้อม	0.228		

หมายเหตุ * Unstandardized Coefficients Beta

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาในประเด็นการเปิดรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และโทรทัศน์ เป็นสื่ออันดับต้นๆที่ทุกเจนเนอเรชั่นเปิดรับ อาจเนื่องจากปัจจุบันสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทมากในสังคม ช่วยเชื่อมต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกเพื่อแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน (ปณิชา นิติพรมงคล, 2555) ประกอบกับความสะดวกรวดเร็ว จึงทำให้คนในสังคมปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเมืองต่างยอมรับและใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ในอัตราที่สูงขึ้น จากข้อมูลสถิติของผู้ใช้งานสื่อดิจิทัลของประเทศไทยประจำปี 2562 โดย Hootsuite & We Are Social (2562) พบว่าประเทศไทยมีผู้ใช้สื่อออนไลน์ถึง 74% ของประชากรทั้งหมด ในขณะที่งานวิจัยของ กรรณิการ์ จันทิการณา (2560, อ้างถึงใน ปฐมาพร เนตินันท์, 2561) กล่าวว่าไว้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีการประสมประสานการเปิดรับทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ โดยนิยมเปิดรับสื่อประเภทที่มีหน้าจอ เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ ดังนั้นจึงสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และโทรทัศน์ เป็นสื่ออันดับต้นๆที่ทุกเจนเนอเรชั่นใช้ในเปิดรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม

สำหรับความเหมาะสมในการนำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมของสื่อต่างๆ นั้น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ทุกเจนเนอเรชั่นคิดว่านำเสนอได้เหมาะสมในอันดับต้นๆ โดย Gen-B มีความเห็นว่าเว็บไซต์ และโทรทัศน์นำเสนอข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสมมากกว่าสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจพฤติกรรมการรับข่าวสาร และความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชนของคณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยพบว่า กลุ่ม Gen-B เชื่อว่าสื่อออนไลน์จะเชื่อถือได้มากที่สุดเมื่อเป็น Official Website เท่านั้น (LIFEANDHOME, 2560) และงานวิจัยของนิคม ชัยขุนพล (2561) ที่พบว่า Gen-B ส่วนมากกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับผิวเผิน กล่าวคือ ใช้แต่มีความระมัดระวัง ไม่ค่อยเชื่อมาก ดังนั้น จึงทำให้กลุ่มนี้เห็นว่าเว็บไซต์นำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสมที่สุด ในขณะที่ Gen-X และ Gen-Y มีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับแลกเปลี่ยนข้อมูล แสดงให้เห็นว่าสองกลุ่มนี้เชื่อว่าข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มีความเหมาะสมพอที่จะส่งต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่น (นิคม ชัยขุนพล, 2561) จึงอาจเป็นเหตุให้สองกลุ่มนี้มีความเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์นำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสมที่สุด

ส่วน Gen-Z มีความคิดเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และโทรทัศน์ มีความเหมาะสมในการนำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมในอันดับต้นๆ ทั้งนี้อาจเพราะ Gen-Z ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งต่อ แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่น แต่ไม่นิยมให้หาข้อมูล เพราะนิยมแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรง (นิคมชัยขุนพล, 2561) จึงทำให้สื่อโทรทัศน์ยังคงมีบทบาทสำคัญในเรื่องของการนำเสนอข้อมูล สอดคล้องกับงานวิจัยของนิพนธ์ ชาญอัมพร และธาดิ ใต้ฟ้าพูล (2558) ที่ว่า สื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่เข้าถึงเด็กได้มาก และเป็นสื่อที่ดีที่สุดที่ควรใช้สื่อสารกับ Gen-Z เพราะการดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับทุกรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้ รวมถึงเป็นสื่อที่คุ้นเคย ความสะดวกและน่าเชื่อถือ

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยประเด็นความเหมาะสมในการนำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมในงานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัด เนื่องจากข้อคำถาม “ท่านคิดว่าสื่อ...นำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเหมาะสมหรือไม่” อาจทำให้ผู้ตอบตีความ “ความเหมาะสม” แตกต่างกันไป เช่น ง่ายต่อการเข้าใจ การเข้าถึง ความน่าเชื่อถือของข้อมูล การเรียบเรียงข้อมูลในการนำเสนอให้ง่ายหรือน่าสนใจ หรือความพึงพอใจในการใช้งาน เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมของของคนไทยแต่ละเจนเนอเรชั่น ช่วยในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ผู้สื่อสารเข้าใจว่าปัจจัยใดมีผลและควรใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ ในขณะที่บางปัจจัยที่ไม่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมายก็อาจจะไม่จำเป็นต้องนำมาใช้ เนื่องจากอาจทำให้เสียทรัพยากร และค่าใช้จ่ายโดยที่ไม่เกิดประสิทธิผลอย่างคุ้มค่า จากการศึกษาดูแลที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมทั้งหมด 6 ตัว พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแต่ละเจนเนอเรชั่นจะแตกต่างกันออกไป โดยในภาพรวม พบว่า มีปัจจัย 3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคนไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านองค์กร และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาแต่ละเจนเนอเรชั่นพบว่า ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมในเกือบทุกเจนเนอเรชั่น ทั้งนี้ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นเรื่องของการปลูกฝังค่านิยมด้านสิ่งแวดล้อมผ่านทางสถาบันต่างๆ และการสร้างเสริมความรู้และประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์ผ่านสื่อก็ตาม

สำหรับปัจจัยทางด้านองค์กรจะมีอิทธิพลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการมีส่วนร่วมของ Gen-B ที่มีความภักดีต่อองค์กร และ Gen-X ที่ใช้เวลาส่วนมากอยู่กับการทำงานในองค์กร และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม มีผลทางบวกกับ Gen-Y อาจเนื่องจากนิสัยที่มีความต้องการเป็นผู้นำอยู่แล้ว เมื่อมีการปลูกฝังทัศนคติที่มองโลกเป็นศูนย์กลาง หากไม่เปลี่ยนแปลงจะเกิดหายนะทางสิ่งแวดล้อม จึงทำให้กลุ่มนี้พร้อมแสดงออกถึงการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมทั้งด้านการมีส่วนร่วม และการเป็นผู้นำ

แต่อย่างไรก็ตาม จะเห็นว่าโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมมีผลทางลบต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการเป็นผู้นำของ Gen-B เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้ คือ สนใจในเรื่องสุขภาพ เข้าใจชีวิตและยอมรับความเป็นไปของโลก รวมไปถึงการลดบทบาทของตนเองลง ให้นุ่มนวลเข้ามาทำหน้าที่ในงานสำคัญต่างๆ ที่ต้องใช้ความเครียด และแรงจูงใจสูง (Barrow & Smith, 1979: p.54, 596) ดังนั้นควรหลีกเลี่ยงที่จะใช้โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกระตุ้นกลุ่ม Gen-B ในด้านผู้นำ

เมื่อมองในภาพรวมแล้วมีเพียง Gen-Y ที่มีปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการเป็นผู้นำ อาจเนื่องจากลักษณะนิสัยของ Gen-Y ที่ให้ความสำคัญกับการมีชื่อเสียง เกียรติยศ ศักดิ์ศรี การเป็นผู้นำ และเป็นที่เคารพนับถือ ประกอบกับมักใช้เวลาอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ (กมลวรรณ วณิชพันธุ์, 2556) ที่มีการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมอย่างกว้างขวาง จึงทำให้มีแนวโน้มที่จะขึ้นเป็นผู้นำด้านสิ่งแวดล้อมได้ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการเป็นผู้นำของกลุ่มนี้ เรียงจากมากไปน้อย

ได้แก่ โลกทัศน์การจัดการโลก ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ซึ่งโลกทัศน์การจัดการโลกจะช่วยเรื่องทัศนะของความเป็นเจ้าของของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นของตนเอง และมนุษย์มีความฉลาดที่จะจัดการ ส่วนปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ช่วยในการปลูกฝังค่านิยมและประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมช่วยในทัศนะด้านวิกฤติทางระบบนิเวศน์ ที่ทำให้จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมนั่นเอง

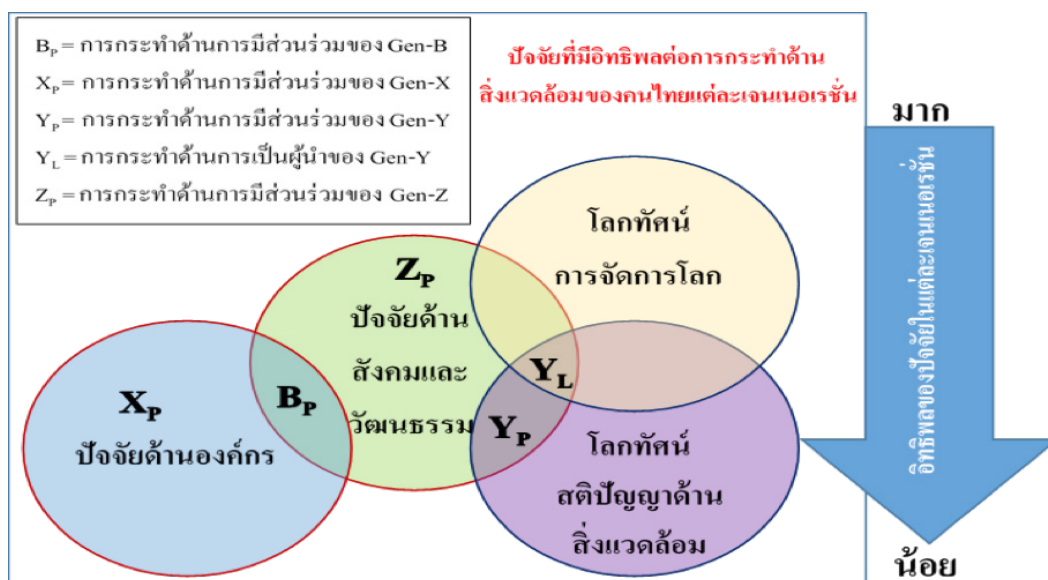
เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อม จากมากไปน้อย ของแต่ละเจนเนอเรชั่น เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ และการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดดังนี้

Gen-B ด้านการมีส่วนร่วม: ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม > ปัจจัยด้านองค์กร; ด้านการเป็นผู้นำ: ไม่มี

Gen-X ด้านการมีส่วนร่วม: ปัจจัยด้านองค์กร; ด้านการเป็นผู้นำ: ไม่มี

Gen-Y ด้านการมีส่วนร่วม: ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม > โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม; ด้านการเป็นผู้นำ: โลกทัศน์การจัดการโลก > ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม > โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม

Gen-Z ด้านการมีส่วนร่วม: ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม; ด้านการเป็นผู้นำ: ไม่มี
โดยสามารถนำเสนอเป็นแบบจำลอง (ดังภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วมและด้านการเป็นผู้นำของคนไทยแต่ละเจนเนอเรชั่น

ข้อเสนอแนะ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์และต่อยอด

จากผลการวิจัยชี้ว่าทุกเจนเนอเรชั่นเปิดรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และโทรทัศน์ เป็นอันดับต้นๆ จึงควรให้ความสำคัญกับสื่อทั้งสามประเภทในการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม

หากต้องการสนับสนุนให้เกิดการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วม ควรพัฒนาปัจจัยพาการณ์ของคนไทยในแต่ละเจนเนอเรชั่น โดยพิจารณาจากผลการวิจัยเช่น ในปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลเชิงบวกต่อ Gen-B และ Gen-X ควรเน้นการจัดเตรียมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับวิธีอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมขององค์กรที่เกี่ยวข้องใน Gen-B และเน้นการจัดเตรียมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับวิธีอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของหน่วยงานภาครัฐใน Gen-X

สำหรับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ที่มีผลเชิงบวกต่อ Gen-B Gen-Y และ Gen-Z ควรให้สถาบันต่างๆ เช่น ครอบครัว โรงเรียน และองค์กรสิ่งแวดล้อม เป็นผู้ส่งสอนและหล่อหลอมให้มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม เพิ่มการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมในสังคม และเน้นเพิ่มประสบการณ์หายนะด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผลวิจัยพบว่า ประสบการณ์ด้านหายนะทางสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในทุกเจนเนอเรชั่น ซึ่งการเพิ่มประสบการณ์ อาจทำได้โดยจัดกิจกรรมพาไปดูธรรมชาติที่เกิดความเสียหาย หรือเปิดวิดีโอที่บันทึกหายนะจากสิ่งแวดล้อมให้ดู ส่วนโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลเชิงบวกต่อ Gen-Y ให้เน้นการปลูกฝังทัศนคติที่ว่า ทรัพยากรธรรมชาติมีจำกัด และจำเป็นที่จะต้องช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ในกรณีที่ต้องการสนับสนุนให้เกิดการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการเป็นผู้นำ ควรมีการพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำ เช่น ความสามารถในการสื่อสาร การคิดเชิงกลยุทธ์ ความสามารถในการตัดสินใจ และความสามารถในการจูงใจผู้อื่น (Thpanorama, 2562) รวมถึงการเสริมสร้างและฝึกให้มีความกล้าแสดงออก กล้าคิด และกล้าทำ เพื่อจะได้มีศักยภาพและความมั่นใจที่จะแสดงออกมากขึ้นควบคู่ไปกับการพัฒนาปัจจัยพยากรณ์ของคนไทยที่มีผลบวกในแต่ละเจนเนอเรชั่น เช่น ใน Gen-Y ที่ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม โลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมและ โลกทัศน์การจัดการที่มีอิทธิพลเชิงบวก ควรให้สถาบันต่างๆ ปลูกฝังทัศนคติด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ และให้เชื่อมั่นว่ามนุษย์จัดการกับข้อจำกัดของธรรมชาติได้ เมื่อปัญหาสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้น รวมถึงเพิ่มประสบการณ์หายนะทางสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมด้วย

สำหรับปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาเป็นแนวทางในการวางแผนนโยบาย และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านองค์กร และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม โดยจัดการอบรม และปลูกฝังด้านสิ่งแวดล้อมผ่านสถาบันต่างๆ การนำเสนอประเด็นสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อ และประสบการณ์หายนะด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างอารมณ์ร่วม มีอิทธิพลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมในเกือบทุกเจนเนอเรชั่น ยกเว้น Gen-X ที่ควรเน้นที่ปัจจัยด้านองค์กร คือ นโยบายที่สนับสนุนข้อมูลและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อมในองค์กร และแสดงถึงความพยายามขององค์กรในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ในด้านการเป็นผู้นำที่ส่งผลทางบวกแค่ใน Gen-Y มีปัจจัยที่ควรพิจารณา ได้แก่ โลกทัศน์การจัดการโลก ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และโลกทัศน์สติปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม จึงควรสร้างทัศนคติที่ว่าโลกเป็นของมนุษย์และมนุษย์จัดการทุกสิ่งในโลกได้ การกระทำของมนุษย์ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม และหากทุกสิ่งยังดำเนินเช่นปัจจุบันไม่เปลี่ยนแปลงสุดท้ายจะเผชิญกับหายนะทางระบบนิเวศ โดยผ่านการอบรม ปลูกฝังในสถาบันต่างๆ และการสื่อสารผ่านสื่อ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ และโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยชี้ว่าการกระทำด้านการเป็นผู้นำในแต่ละเจนเนอเรชั่นมีน้อยมาก ไม่มีปัจจัยใดเลยที่สนับสนุนด้านผู้นำของ Gen-B Gen-X และ Gen-Z จึงควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม

หากต้องการวิจัยเพื่อต่อยอด สามารถนำแบบจำลองปัจจัยพยากรณ์จากงานวิจัยนี้ไปทดสอบและพัฒนาให้เหมาะสมต่อคนไทยในแต่ละเจนเนอเรชั่นมากที่สุด นอกจากนี้ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆที่อาจมีอิทธิพลต่อการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมของคนไทยในแต่ละเจนเนอเรชั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเป็นผู้นำเพิ่มขึ้น ศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจเอาชนะผลจากทัศนคติที่ก่อให้เกิดการถดถอยของการกระทำด้านสิ่งแวดล้อมด้านการเป็นผู้นำของ Gen-B รวมทั้งอาจจะจับบริบทที่ชัดเจนเพื่อให้ทุกกลุ่มเห็นภาพร่วมกัน เช่น การปลูกป่า การรณรงค์ผลิตภัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น หรือศึกษาให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค และทำการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย ซึ่งอาจได้ผลที่ละเอียดและมีประโยชน์ยิ่งขึ้น รวมทั้งควรเพิ่มเติมเจาะลึกเรื่องการเปิดรับสื่อและความเหมาะสมของสื่อในการนำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมของคนไทยแต่ละเจนเนอเรชั่น เพื่อนำผลมาบูรณาการกับงานวิจัยนี้ แล้วต่อยอดเป็นเครื่องมือการออกแบบการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อต่างๆได้

บรรณานุกรม

- กมลวรรณ วณิชพันธุ์. (2556). **รูปแบบการดำเนินชีวิต ลักษณะบุคลิกภาพ ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นX และผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นY ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางออนไลน์.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ. [Kamonwan Wanichphan. (2013). *Lifestyle and Personality trait of Generation X and Y consumers when deciding to buy fashion products online.* (Independent Study, Master's Degree). Bangkok University, Faculty of Business Administration.]
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2558). **คนเราตัดสินใจเพื่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร.** กรุงเทพฯ: ส.ไพบูลย์การพิมพ์. [Department of Environmental Quality Promotion. (2015). *How do people make decisions for the environment.* Bangkok: S. Paibun Printing.]
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). “บันทึกเรื่อง สิ่งแวดล้อม” ในสื่อสารศึกษา. ใน กาญจนา แก้วเทพ (บ.ก.), **สื่อสาร-สิ่งแวดล้อม** (น. 10-269). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์. [Kanchana Kaewthep. (2013). Notes on “Environment” in Communication Studies. In Kanchana Kaewthep (Ed.), *Communication - Environment* (p. 10-269). Bangkok: Graphic Arts.]
- นิคม ชัยขุนพล. (2561). “ลักษณะปฏิสัมพันธ์การสื่อสารจากพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ของคนไทย.” **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ**, 27(2), 55-65. [Nikom Chaikhunphon. (2018). Characteristics of communication interaction from online social media behavior of Thais. *Journal of Payap University*, 27(2), 55-65.]
- นิพนธ์ ชาญอัมพร และธাত্রี ใต้ฟ้าพล. (2558). “รูปแบบการดำเนินชีวิตและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ของเด็กเจนเนอเรชั่นแซด.” **วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา**, 8(2), 73-92. [Nipon Charnamporn and Thatree Taifahpool. (2015). “Lifestyle and opinions of television programs of Generation Z.” *Journal of Public Relations and Advertising*, 8 (2), 73-92.]
- ปฐมาพร เนตินันท์. (2561). “การศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่กับพฤติกรรมการบริโภคของเจนวายในเขตกรุงเทพและปริมณฑล.” **วารสารการจัดการสมัยใหม่**, 16(2). [Pathamaporn Naetinun. (2018). “A comparative study of the relationship between traditional and new media exposure and consumption behavior of Gen Y in Bangkok and its vicinity.” *Journal of Modern Management*, 16 (2).]
- Barrow G.M. & Smith, P. A. (1979). **Aging, Ageism and society.** St. Paul, Minn: West.
- Dunlap, R. E., Van Liere, K. D., Mertig, A. G., & Jones, R. E. (2000). “New trends in measuring environmental attitudes : measuring endorsement of the New Ecological Paradigm : a revised NEP scale.” *Journal of Social Issues*, 56(3), 425-442
- Hines, J. M., Hungerford, H. R., & Tomera, A. N. (1986–87). “Analysis and synthesis of research on responsible pro-environmental behavior: a meta-analysis.” *The Journal of Environmental Education*, 18(2), pp. 1–8.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). “Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?.” *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.

- Park, S., & Smardon, R. C. (2009). "Intergenerational differences in values and dioxin risk perceptions in South Korea." *Management of Environmental Quality*, 20(5), 522-537.
- Stern, P. C., Dietz, T., Kalof, L., & Guagnano, G. A. (1995). "Values, beliefs, and proenvironmental action: Attitude formation toward emergent attitude objects." *Journal of Applied Social Psychology*, 25(18), 1611-1636.
- Wiernik, B. M., Ones, D. S., & Dilchert, S. (2013). "Age and environmental sustainability: a meta-analysis." *Journal of Managerial Psychology*, 28(7), 826-856.

เว็บไซต์

- กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ. (2560). **จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามอายุ เพศ และ จังหวัด พ.ศ. 2560**. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkok.go.th/> [Strategic Management Division. (2017). Population by registration, by age, gender and province, 2017. Retrieved at <http://www.bangkok.go.th/>]
- นัฐวุฒิ เวชกามา. (2554). **การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติในโลก**. เข้าถึงได้จาก <https://etcgeography.wordpress.com> [Natthawut Wetchakama. (2011). *Natural change in the world*. Retrieved from <https://etcgeography>]
- ปณิชา นิตติพรมงคล. (2555). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. เข้าถึงได้จาก <https://www.spu.ac.th/> [Panicha Nitipornmongkol. (2012). *Behavior of using online social networks of working people in Bangkok*. Retrieved from <https://www.spu.ac.th/>]
- สถานการณ์ทะเลไทย เสื่อมโทรมจนน่าใจหาย!. (20 กุมภาพันธ์ 2561). **ไทยโพสต์**. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/3526> [The Thai sea situation Decay to the dismay! (20 February 2018). *Thai Post*. Retrieved from <https://www.thaipost.net/main/detail/3526>.]
- Hootsuite & We Are Social. (2562). **Digital 2019 Thailand (January 2019) v01**. Retrieved from <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-thailand-january-2019-v01>
- LIFEANDHOME. (2560). "สื่อเดิม สื่อใหม่ การเสพผันไปตาม Gen แต่ความเชื่อมั่นยังคงเหมือนเดิม." *The Leader Bilingual Magazine*, สืบค้นจาก <https://lifeandhome mag.com> [LIFEANDHOME. (2017). Original media, new media, addictions change according to Gen, but confidence remains the same. *The Leader Bilingual Magazine*, Retrieved from <https://lifeandhome mag.com>]
- Miller G. T., Jr., & Spoolman, S. E. (2009). *Essentials of Ecology (5th ed.)*. Retrieved from <https://sangu.ge/images/EssentialsofEcology.pdf>
- Thpanorama. (2019). **ลักษณะภาวะผู้นำข้อดีข้อเสียและตัวอย่างจริง**. เข้าถึงได้จาก <https://th.thpanorama.com/articles/psicologa/liderazgo-natural-caractersticas-ventajas-desventajas-y-ejemplos-reales.html> [Thpanorama. (2019). *Leadership characteristics, advantages, disadvantages, and real examples*. Retrieved from <https://en.thpanorama.com/articles/psicologa/liderazgo-natural-caractersticas-ventajas-desventajas-y-ejemplos-reales.html>]
- VZMART. (2559). **ความแตกต่างของคนในแต่ละยุคแต่ละสมัย**. เข้าถึงได้จาก <http://blog.vzmart.com> [VZMART. (2016). *The differences of people in each generations*. Retrieved from <http://blog.vzmart.com>]