

อิทธิพลของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภควัยรุ่น: บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

The Influence of Environmental Concern on Intention toward Pro-environmental Behavior among Young Consumers: The Mediating Role of Theory of Planned Behavior

กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์¹ บุรินทร์ บัณฑะวงศ์¹ และ ชาญชัย พรหมมี^{2*}

Kamolpong Ratanasanguanwong¹ Burin Buntavong¹ and Chanchai Pommi^{2*}

วันที่รับบทความ : 13/03/2566

วันแก้ไขบทความ : 28/04/2566

วันที่ตอบรับบทความ : 29/05/2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นตัวแปรส่งผ่าน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภควัยรุ่นในประเทศไทย จำนวน 201 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยและการทดสอบความเป็นตัวแปรส่งผ่านด้วย PROCESS macro model 4 ผลการวิจัยพบว่า ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ เป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน ซึ่งแสดงให้เห็นบทบาทสำคัญของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่สามารถส่งผ่านความรู้สึกกังวลใจต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภควัยรุ่นไปยังความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งองค์กรธุรกิจและภาครัฐควรส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักในปัญหาของการบริโภคที่มีต่อสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ผู้บริโภควัยรุ่น

Abstract

This study aimed to investigate the influence of environmental concerns on intention toward pro-environmental behavior with the mediating role of the Theory of Planned Behavior. Data was collected from 201 young consumers by using the purposive sampling method. Regression analysis was used to analyze the data and PROCESS macro model 4 for testing the mediating effect. The empirical result reveals that environmental concerns have direct and indirect effects on intention toward pro-environment behavior,

¹ อาจารย์, คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

Lecturer, School of Business and Communication Arts, University of Phayao.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

Assistant Professor, School of Business and Communication Arts, University of Phayao.

* Corresponding author: E-mail address: Chanchai5363@gmail.com

while the attitude toward behavior and perceived behavioral control play a mediating role in the relationship between environmental concerns and intention toward pro-environmental behavior. It shows that the vital role of constituents in the Theory of Planned Behavior would partially mediate the concern about the environmental issues among young consumers to the intention to purchase environmentally friendly products. Business organizations and governments should be promoted and encourage young consumers to be aware of environmental problems.

Keywords: Environmental Concern, Intention toward Pro-environmental Behavior, Theory of Planned Behavior, Young Consumers

บทนำ

พฤติกรรมผู้บริโภคของมนุษย์ในปัจจุบันกำลังก่อให้เกิดผลกระทบที่สำคัญต่อสิ่งแวดล้อม (Environment) โดยเฉพาะประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การเสื่อมสภาพของสิ่งแวดล้อม และการบริโภคทรัพยากรมากเกินไป (Han et al., 2019; Hwang & Choi, 2018) ผลกระทบดังกล่าวมาพร้อมกับการเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงพฤติกรรมบริโภคที่ขาดการวางแผนและการขาดความรับผิดชอบในการบริโภค (Han et al., 2019; Joshi et al., 2019) ซึ่งจะก่อให้เกิดภาวะการขาดแคลนทรัพยากรและเป็นการตัดโอกาสที่คนรุ่นต่อไปจะนำทรัพยากรธรรมชาติมาบริโภค (Yang et al., 2018) ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้บริโภคได้เห็นความสำคัญของประเด็นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมดังกล่าว จึงเกิดความตระหนักถึงรูปแบบการบริโภคที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม จึงได้มีการกำหนดนโยบายและส่งเสริมการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคของผู้บริโภคให้เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Pro-environmental Behavior) (Arun et al., 2021) ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 12 เกี่ยวข้องกับการบริโภคอย่างยั่งยืน (Responsible Consumption and Production) เพื่อประโยชน์ในด้านการสร้างความสมดุลระหว่างการบริโภคและการฟื้นตัวของทรัพยากรธรรมชาติ (United Nations Development Program, 2016)

นักวิชาการหลายคนมีการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง (Alzubaidi et al., 2021; Chen & Tung, 2014; Han et al., 2010) โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) เพื่อค้นหาปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่ขับเคลื่อนให้บุคคลเกิดการแสดงพฤติกรรม (Behavior) โดยพฤติกรรมหนึ่ง โดยมุ่งเน้นในมิติของทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ที่มีผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม โดยหลายงานวิจัยได้ยืนยันความสัมพันธ์ของปัจจัยดังกล่าวทั้งในส่วนของสินค้าและบริการ (Chen & Tung, 2014; Ishaq et al., 2021; Paul et al., 2016) เนื่องด้วยพฤติกรรมของบุคคลอาจได้รับผลจากทัศนคติหรือความสามารถของตนในการกำหนดพฤติกรรม รวมถึงการได้รับแรงกดดันจากบุคคลรอบตัว นอกจากนี้ปัจจัยด้านความรู้สึกถึงความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Concern) ที่เริ่มเข้ามามีความสำคัญและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิดความตระหนักในการแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องด้วยบุคคลผู้ที่มีความรู้สึกว่าการกระทำของตนจะมีผลต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ บุคคลจึงเลือกที่จะแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งออกมา (Paul et al., 2016; Verma et al., 2019; Yang et al., 2018) ด้วยลักษณะขององค์ประกอบใน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม ถือว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่จะสามารถกระตุ้นและส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน

แต่ทั้งนี้ งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมในบริบทของผู้บริโภควัยรุ่นยังมีจำนวนไม่มาก (Chaturvedi et al., 2020; Joshi & Srivastava, 2020) ซึ่งส่วนใหญ่มุ่งเน้นค้นหาความสัมพันธ์ของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคโดยทั่ว ๆ ไป เนื่องจากผู้บริโภควัยรุ่นเริ่มมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Bulut et al., 2021) จึงเป็นช่องว่างของงานวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการที่จะพิสูจน์ถึงบทบาทความเป็นตัวแปรส่งผ่านของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนระหว่างความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภควัยรุ่น เพื่อเป็นการยืนยันถึงความสำคัญของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่จะใช้อธิบายพฤติกรรมการบริโภคที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภควัยรุ่น ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการบริโภคที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอิทธิพลของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ถูกพัฒนาขึ้นครั้งแรกโดย Ajzen (1991) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำตามเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Fishbein and Ajzen (1975) ซึ่งทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนั้นส่วนใหญ่ถูกใช้เป็นทฤษฎีพื้นฐาน (Bashir et al., 2019) เนื่องจากด้วยเป็นทฤษฎีที่ถูกออกแบบมาเพื่อใช้พยากรณ์และอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจในระดับบุคคล (Raab et al., 2017) ภายในทฤษฎีนี้ความตั้งใจ (Intention) เป็นปัจจัยภายในบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับพฤติกรรมจริง (Actual Behavior) (Kaiser & Scheuthle, 2003) ในการวัดความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมของบุคคล Ajzen (1991) ได้จำแนกปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบผลักดัน 3 ประการประกอบด้วย

1. ทศคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) เป็นความเชื่อของบุคคลถึงผลของกระทำ ถ้าบุคคลเชื่อว่าการแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกเขาก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น (Ajzen, 1991; Liu et al., 2020) รวมถึงทัศนคตินี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจว่าพฤติกรรมใดดีหรือไม่ดี (Paul et al., 2016)

2. บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) เป็นการรับรู้ถึงแรงกดดันหรือความคิดเห็นจากสังคมรอบตัว เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน เพื่อที่จะให้บุคคลแสดงพฤติกรรมหรือไม่แสดงพฤติกรรม ซึ่งบุคคลรับรู้ว่าสังคมเหล่านั้นมีความสำคัญต่อตนเองมากน้อยเพียงใด (Ajzen, 1991; Han & Kim, 2010; Paul et al., 2016)

3. การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ (Perceived Behavior Control) เป็นการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของบุคคลว่ายากหรือง่าย บุคคลจะมีระดับการรับรู้ที่สูง ถ้าเขารับรู้ได้ว่ามีโอกาสและความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรที่ใช้ในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลมาจากความเชื่อของการควบคุม (Ajzen, 1991; Han et al., 2010)

จากคำอธิบายข้างต้น ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรมและบรรทัดฐานทางสังคม ถูกจัดอยู่ในกลุ่มของ กระบวนการของบุคคลที่ไม่สมัครใจ (Non-volitional) ในการแสดงพฤติกรรม ส่วนการควบคุม พฤติกรรมที่รับรู้ได้ จัดอยู่ในกลุ่มของกระบวนการที่สมัครใจ (Volitional) ในการแสดงพฤติกรรม (Han, 2021; Manosuthi et al., 2020) งานวิจัยที่ผ่านมาหลายงานวิจัย ได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของทฤษฎี พฤติกรรมตามแผนว่ามีส่วนสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค (Wang et al., 2021) โดยผลลัพธ์ของงานวิจัยพบอิทธิพลขององค์ประกอบทั้งสามต่อความตั้งใจที่จะแสดง พฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมในบริบทของโรงแรม (Chen & Tung, 2014; Han, 2015) การท่องเที่ยว (Liu et al., 2020) รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Ishaq et al., 2021; Liu et al., 2020; Paul et al., 2016)

ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Concern)

ในงานวิจัยเชิงพฤติกรรมสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมถือเป็นองค์ประกอบ สำคัญองค์ประกอบหนึ่งที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเกิดทัศนคติ (Attitude) ที่คำนึงถึงผลของการกระทำ ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและการร่วมกันปกป้องสิ่งแวดล้อม (Song et al., 2012) และในงานวิจัยทางด้านการ ตลาดสีเขียว ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมเป็นตัวชี้วัดทางอารมณ์สำคัญที่ใช้ในการคาดการณ์พฤติกรรม ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของบุคคล (Jaiswal & Kant, 2018; Verma et al., 2019) โดยความกังวลต่อ สิ่งแวดล้อมมีพื้นฐานมาจากแนวคิดกระบวนการทัศนเชิงนิเวศใหม่ (New Ecological Paradigm: NEP) ซึ่ง Dunlap et al. (2000) อธิบายความหมายของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง ระดับความตระหนัก ถึงปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและความพยายามสนับสนุนการแก้ไขปัญหาหรือการแสดงความเต็มใจที่จะ มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของบุคคล (Dunlap & Jones, 2002) ซึ่งการวัดความกังวลต่อ สิ่งแวดล้อมจำเป็นที่จะต้องมองหาปัญหาในระดับบุคคลตั้งแต่ความตั้งใจที่จะลดปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการบริโภคเกินความจำเป็น ลดการปล่อยมลพิษ หรือการนำผลิตภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ ไปจนถึง พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Jaiswal & Kant, 2018) ผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกที่กังวลต่อ สิ่งแวดล้อมในระดับที่สูงมีความเป็นไปได้ที่จะเข้าร่วมกับกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์เพื่อบรรเทาผลกระทบ ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (Song et al., 2012)

ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมเป็นลักษณะความคิดของบุคคลที่ห่วงใยต่อการกระทำที่จะส่งผล กระทบกับความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อ สิ่งแวดล้อม ซึ่งงานวิจัยของ Alzubaidi et al. (2021) พบว่า ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพล โดยตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้บริโภคตระหนักถึงผลที่จะ เกิดขึ้นจากการขาดความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม จึงคิดที่จะพยายามไม่แสดงพฤติกรรมดังกล่าวนั้นใน อนาคต นอกจากอิทธิพลทางตรงของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อ ต่อสิ่งแวดล้อมแล้วบางงานวิจัยพบความสัมพันธ์ของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อทัศนคติ บรรทัด ฐานทางสังคม รวมถึงการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ ซึ่งเป็นองค์ประกอบภายในทฤษฎีพฤติกรรมตาม แผน (Jaiswal & Kant, 2018; Paul et al., 2016; Jang et al., 2014) โดยความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อดำเนินชีวิตที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการรับรู้ถึง ผลของการกระทำที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แต่ทั้งนี้ข้อค้นพบจากงานวิจัย พบว่า ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม แต่มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลค่อนข้างต่ำ (0.19) (Verma et al., 2019) เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ค้นพบผลกระทบทางอ้อม ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ อิทธิพลที่สูงกว่า (0.40) (Paul et al., 2016) จากงานวิจัยของ Chen and Tung (2014), Yang et al.

(2018) และ Paul et al. (2016) พบว่า ปัจจัยที่เป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม ไปยังความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ทศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักต้นในกรอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดให้ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรอิสระ ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรตาม และองค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (ทศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้) เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediators) ซึ่งสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย ดัง Figure 1

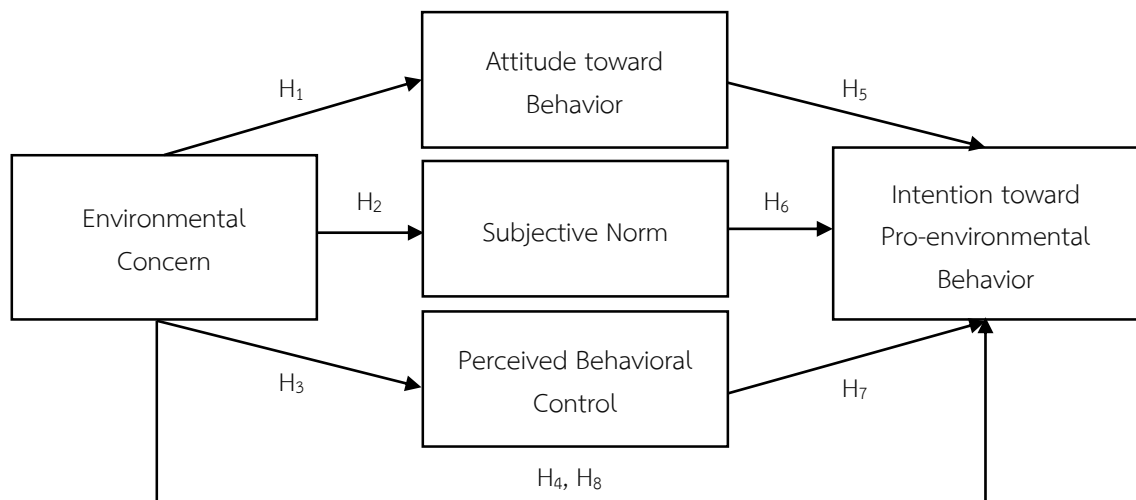


Figure 1 Conceptual Framework

H₁: ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อทศนคติต่อพฤติกรรม

H₂: ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อบรรทัดฐานทางสังคม

H₃: ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้

H₄: ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม

H₅: ทศนคติต่อพฤติกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม

H₆: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม

H₇: การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม

H₈: ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีทศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้เป็นตัวแปรส่งผ่าน

ระเบียบวิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจภาคตัดขวาง (Cross-sectional Survey Research Method) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 18–35 ปี เนื่องด้วยผู้บริโภควัยรุ่นเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม มีความตระหนักรู้ถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม สุขภาพ รวมถึงมีความสนใจที่จะทำให้โลกนี้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Bulut et al., 2021) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง มีนักวิชาการได้แนะนำขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีจำนวนอยู่ระหว่าง 100-200 ตัวอย่าง หรือมีอัตราส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 10 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Hair et al., 2014) หลังจากส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย มีผู้ตอบกลับแบบสอบถามจำนวน 222 ชุด ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์จำนวน 21 ชุด จึงดำเนินการนำข้อมูลดังกล่าวออกจากการประมวลผล เหลือแบบสอบถามที่สามารถใช้งานได้จำนวน 201 ชุด คิดเป็นร้อยละ 90.54 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี (Ali et al., 2021) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 55.72 และเพศชาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 44.28 มีอายุอยู่ระหว่าง 19-23 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 67.70 และส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เช่น เคยลงทะเบียนเรียน อ่านหนังสือ หรืออบรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 72.60

การพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถามถูกใช้เป็นเครื่องมือในงานวิจัย โดยปรับปรุงจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ (1) ทศนคติต่อพฤติกรรม ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ ซึ่งดัดแปลงจากงานวิจัยของ Han et al. (2010) โดยเป็นข้อคำถามแบบ Semantic Differential Scales 7 ระดับ (2) บรรทัดฐานทางสังคม ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ (3) การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 3 ข้อ ซึ่งดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Han et al. (2010) Jang et al. (2014) และ Song et al. (2012) (4) ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ซึ่งดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Jang et al. (2014) (5) ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ ซึ่งดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Chen and Tung (2014) และ Jang et al. (2014) โดยส่วนที่ 2–5 ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) 7 ระดับ คือ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 7 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ (6) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ และประสบการณ์การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายปิด (Checklist) โดยแบบสอบถามต้นฉบับได้รับการแปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย และแปลกลับจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ (Translate Back) โดยมีผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาศาสตร์เป็นผู้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามและระดับความคิดเห็น ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานงานวิจัยโดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยการวิเคราะห์ถ้อยพหุทางตรงและทางอ้อมด้วยการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) ในรูปแบบของตัวแบบความเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบคู่ขนาน (Parallel Mediation Model) ด้วย PROCESS Macro (Hayes, 2018)

ผลการศึกษา

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความตรงของเครื่องมือ

ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ของทุกข้อคำถาม พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.79–0.90 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้การตรวจสอบ (1) ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยวิธีการตรวจทานจากผู้เชี่ยวชาญ (Panel Expert Review) ซึ่งมีการปรับแก้ไขเล็กน้อยเพื่อให้ข้อคำถามมีความชัดเจน (2) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งควรมีค่าสูงกว่า 0.70 (Hair et al., 2014) ผลการตรวจสอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.81–0.87 (3) ค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) ซึ่งควรมีค่าสูงกว่า 0.70 (Bagozzi & Yi, 1988) ผลการตรวจสอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.89–0.92 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรของงานวิจัยมีความสอดคล้องภายในกัน (Internal Consistency) (Meeprom & Dansiri, 2021) (4) ความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2014) ผลการตรวจสอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.70–0.74 ดัง Table 1

Table 1 Mean, Standard Deviation, Cronbach's Alpha Coefficient, Factor Loading, Average Variance Extracted (AVE) and Composite Reliability (CR)

Items	Factor loading	AVE	CR
Attitude toward behavior (Mean = 6.40, S.D. = 0.77, α = 0.85)		0.70	0.90
For me, using environmentally friendly product is –			
1. Extremely bad / Extremely good	0.80		
2. Extremely foolish / Extremely wise	0.84		
3. Extremely unpleasant / Extremely pleasant	0.88		
4. Extremely harmful / Extremely beneficial	0.82		
Subjective norm (Mean = 5.95, S.D. = 0.89, α = 0.87)		0.72	0.91
1. Most people who are important to me think I should use environmentally friendly product.	0.82		
2. Most people who are important to me support that I use environmentally friendly product.	0.90		
3. Most people who are important to me recommend that I use environmentally friendly product.	0.84		
4. Most people who are important to me understand that I use environmentally friendly product.	0.83		
Perceived behavioral control (Mean = 5.41, S.D. = 1.03, α = 0.82)		0.74	0.89
1. I am confident that if I want, I can buy environmentally friendly product when go to shop.	0.86		
2. I have enough money to buy environmentally friendly product.	0.88		
3. I have enough time to buy environmentally friendly product.	0.84		

Table 1 (Continue)

Items	Factor loading	AVE	CR
Intention toward pro-environmental behavior (Mean = 6.12, S.D. = 0.85, α = 0.81)		0.73	0.89
1. I am willing to buy environmentally friendly product.	0.84		
2. I intent to buy environmentally friendly product in near future.	0.83		
3. I intent to buy environmentally friendly product.	0.89		
Environmental concern (Mean = 6.53, S.D. = 0.67, α = 0.87)		0.74	0.92
1. Humans must live in harmony with nature in order to survive.	0.79		
2. I think environmental problems are very important.	0.90		
3. I think environmental problems cannot be ignored.	0.86		
4. I think we should care about environmental problems.	0.88		

หลังจากที่ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงเชิงเหมือนแล้ว ขั้นตอนถัดมาคือ (5) การทดสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) โดยใช้ค่า $\sqrt{AVE}$ ซึ่งควรมีค่าสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอื่น ผลการตรวจสอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.84 – 0.86 (Fornell & Larcker, 2018) และผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) แสดงให้เห็นว่าทัศนคติต่อพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อบรรทัดฐานทางสังคม ($r = 0.52$) การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ ($r = 0.36$) ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม ($r = 0.62$) และความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ($r = 0.64$) บรรทัดฐานทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ ($r = 0.55$) ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม ($r = 0.37$) และความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ($r = 0.56$) การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม ($r = 0.17$) และความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ($r = 0.58$) และความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ($r = 0.51$) ดัง Table 2

Table 2 Correlation and Discriminant Validity

Variables	ATTI	SUBN	PERC	ECON	INTE
ATTI	0.84				
SUBN	0.52**	0.85			
PERC	0.36**	0.55**	0.86		
ECON	0.62**	0.37**	0.17*	0.85	
INTE	0.64**	0.56**	0.58**	0.51**	0.86

Notes: Attitude toward behavior (ATTI), Subjective norm (SUBN), Perceived behavioral control (PERC), Environmental concern (ECON) and Intention toward pro-environmental behavior (INTE)

** p-value < 0.01, * p-value < 0.05, Diagonal are square roots of the average variance extracted ($\sqrt{AVE}$)

ผลการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 2 3 และ 4 พบว่า ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อพฤติกรรม ($\beta = 0.72$, $p < 0.01$) บรรทัดฐานทางสังคม ($\beta = 0.49$,

$p < 0.01$) การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ ($\beta = 0.26, p < 0.05$) และความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ($\beta = 0.26, p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 2 3 และ 4 และทัศนคติต่อพฤติกรรม ($\beta = 0.35, p < 0.01$) บรรทัดฐานทางสังคม ($\beta = 0.10, p < 0.10$) และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ ($\beta = 0.31, p < 0.01$) มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าสนับสนุนสมมติฐานที่ 5 6 และ 7

การทดสอบความเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediation Effect)

งานวิจัยนี้ใช้ตัวแบบความเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบคู่ขนาน (Parallel Mediation Model) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 8 ความเป็นตัวแปรส่งผ่านของทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ จาก Table 3 แสดงผลการทดสอบความเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediation Effect) ของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนระหว่างความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมกับความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม โดยประยุกต์ใช้ PROCESS Macro Model 4 (Hayes, 2018) ที่ช่วงความเชื่อมั่น (Confident Interval: CI) 95% และใช้การ Bootstrap 5,000 resampling เพื่อทดสอบความเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยใช้วิธีการขั้นตอนที่นำเสนอโดย Zhao et al. (2010) ที่กล่าวว่าผลกระทบทางอ้อมในความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามไม่จำเป็นต้องมีนัยสำคัญ แต่มีข้อกำหนดเพียงอย่างเดียวคือ ผลกระทบของตัวแปรส่งผ่านต้องมีนัยสำคัญ ผลการทดสอบระบุว่า ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมโดยรวมต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ($\beta = 0.64, S.E. = 0.08, BCI [0.49, 0.79]$) เมื่อพิจารณาความเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผลการทดสอบระบุว่า ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีตัวแปรส่งผ่าน คือ ทัศนคติต่อพฤติกรรม ($\beta = 0.25, S.E. = 0.07, BCI [0.11, 0.38]$) และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ ($\beta = 0.08, S.E. = 0.03, BCI [0.02, 0.14]$) เมื่อพิจารณาตัวแบบความเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบคู่ขนาน 3 ตัวแปร พบว่าความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลที่ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับ การทดสอบอิทธิพลทางตรง ($\beta = 0.64, \beta = 0.26, p < 0.05$) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าทัศนคติต่อพฤติกรรม และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ มีความเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 8 รายละเอียดดัง Table 3

Table 3 Parallel Mediation Effect by PROCESS Macro

Mediating effect	Effect (β)	S.E.	95% confident interval	
			BootLLCI	BootULCL
ECON --> ATTI --> INTE	0.25	0.07	0.11	0.38
ECON --> SUBN --> INTE	0.05	0.03	-0.01	0.13
ECON --> PERC --> INTE	0.08	0.03	0.02	0.14

Notes: Attitude toward behavior (ATTI), Subjective norm (SUBN), Perceived behavioral control (PERC), Environmental concern (ECON) and Intention toward pro-environmental behavior (INTE)

สรุปและการอภิปรายผล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีทัศนคติต่อพฤติกรรมและการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้เป็นตัวแปรส่งผ่าน แสดงให้เห็นว่าความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคย่อมได้รับผลกระทบทั้งในทางตรงและทางอ้อมจากความรู้สึกกังวลที่ผู้บริโภครับรู้ได้ถึงผลกระทบจากการกระทำที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ความรู้สึกกังวลต่อการกระทำของตนมักจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติว่า ถ้าการบริโภคผลิตภัณฑ์ของตนก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม ก็มีความเป็นไปได้ว่าในอนาคตอาจจะลดหลีกเลี่ยง หรืองดเว้นการกระทำนั้น ๆ รวมถึงการรับรู้ถึงความสามารถที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของตนที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมที่ส่งผลร้ายต่อสิ่งแวดล้อม ผลจากการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Chen and Tung (2014) และ Verma et al. (2019) ซึ่งพบว่า ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีทัศนคติต่อพฤติกรรม และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้เป็นตัวแปรส่งผ่าน เนื่องด้วย การที่ผู้บริโภคมีความรู้สึกกังวลต่อสิ่งแวดล้อมในระดับที่สูงมักจะส่งผลให้มีทัศนคติต่อพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมเชิงบวกในระดับที่สูงขึ้นไปด้วย (Emekci, 2019) รวมถึงมีความเป็นไปได้ว่าผู้บริโภคก็จะมีความตั้งใจบริโภคผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งผลจากงานวิจัยของ Jaiswal and Kant (2018) และ Paul et al. (2016) ได้ค้นพบว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรพยากรณ์ความตั้งใจที่ดีที่สุด รองลงมาคือการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ จากภาพรวมของงานวิจัยก่อนนี้ ตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถเป็นตัวแปรส่งผ่านความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมไปยังความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคได้อย่างดียิ่ง ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะก่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นสาเหตุหลักของการกระตุ้นความรู้สึกรู้สึกและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภควัยรุ่นที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมกับความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม พบว่ามีค่าต่ำกว่าผลกระทบทางอ้อมโดยผ่านตัวแปรส่งผ่าน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากความรู้สึกกังวลต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคเป็นความรู้สึกในระดับบุคคลที่จะกระตุ้นให้บุคคลเกิดทัศนคติ เกิดการรับรู้ถึงความยากหรือง่ายในการแสดงพฤติกรรม รวมถึงเสี่ยงจากสังคมที่ต้องการเห็นการกระทำที่สมควร ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมให้บุคคลเกิดความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมบริโภคที่ไม่ส่งผลเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสาร การศึกษา หรือคำแนะนำจากบุคคลอื่นที่อยู่ใกล้ชิดที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม จึงส่งผลให้สามารถตัดสินใจได้ว่าการกระทำของตนนั้นจะเป็นพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่ ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิชาการ เช่น Jaiswal and Kant (2018) Paul et al. (2016) และ Yadav and Pathak (2016) ที่ค้นพบว่า ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมสามารถมีอิทธิพลโดยตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการวิจัยเหล่านี้แสดงนัยว่าวัยรุ่นในปัจจุบันจะมีความกังวลใจต่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และพวกเขามีความรู้ถึงความเสี่ยงที่จะช่วยกันปกป้องสิ่งแวดล้อม โดยวิธีการที่ง่ายที่สุด เช่น หลีกเลี่ยงการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม นำผลิตภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ประโยชน์เชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions) ผู้บริโภคยุคหลังมิลเลเนียล (Post-millennial) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เริ่มให้ความสนใจและกังวลใจต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งยืนยันให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ที่เริ่มตระหนักถึงความตั้งใจที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทั้งนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นบทบาทสำคัญของความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อทัศนคติและความสามารถในการควบคุมตนเองของผู้บริโภค รวมถึงยังมีผลต่อการสร้างบรรทัดฐานทางสังคม และที่น่าสนใจไปกว่านั้น คือ บทบาทของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นตัวเชื่อมความรู้สึกกังวลต่อสิ่งแวดล้อมกับความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมในบริบทของผู้บริโภควัยรุ่นที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งงานวิจัยนี้ได้พยายามเติมเต็มช่องว่างการวิจัย โดยการผสานแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเข้ากับแนวคิดกระบวนทัศน์เชิงนิเวศใหม่ (New Ecological Paradigm: NEP) ซึ่งต้องการสื่อให้เห็นถึงความรู้สึกของผู้บริโภคในบริบทของประเทศไทยที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม โดยปัจจัยของแนวคิด/ทฤษฎีดังกล่าวจะเป็นตัวผลักดันให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจที่แสดงออกซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นข้อค้นพบที่น่าสนใจสำหรับการวิจัยการตลาดสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน

ประโยชน์เชิงการจัดการ (Managerial Contributions) สำหรับภาคองค์กรธุรกิจและนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถส่งเสริมและผลักดันให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักและเกิดความกังวลถึงผลกระทบจากการบริโภคที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านกระบวนการสื่อสารผ่านข้อความ (Verma et al., 2019) โฆษณา หรือการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่แสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการบริโภคที่ขาดความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงองค์การภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกฝังองค์ความรู้และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมให้กับเยาวชน ผ่านการสอดแทรกเนื้อหาการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การจัดทำสารคดีผลกระทบจากการบริโภคที่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Chen & Tung, 2014) เพื่อกระตุ้นความร่วมมือกันเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตหรือการวิจัยครั้งต่อไป

ในงานวิจัยนี้มีข้อจำกัดอย่างน้อย 3 ประการ คือ (1) ทฤษฎีที่นำมาใช้ในการอธิบายความตั้งใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรม โดยพิจารณาเพียงแค่ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอธิบายพฤติกรรมของบุคคลสามารถนำเอาทฤษฎีอื่นมาประยุกต์ใช้ได้ การวิจัยในอนาคตอาจนำ ตัวแบบกระตุ้นบรรทัดฐาน (Norm Activation Model) หรือ ทฤษฎีคุณค่า ความเชื่อ และบรรทัดฐาน (Value-belief-norm Theory) มาประยุกต์ใช้หรือบูรณาการเข้ากับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงพิจารณาประเด็นเรื่องความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคเพื่อใช้อธิบายความตั้งใจแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค (2) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการอ้างอิงไปถึงกลุ่มประชากรที่เป็นวัยรุ่นทั้งหมดได้ งานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาโดยการเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทั้งประเทศไทย เพื่อให้เกิดความเป็นทั่วไป (Generalized) ของผลการวิจัย และ (3) งานวิจัยนี้เน้นศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อม โดยไม่ได้พิจารณาพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจริง (Actual Pro-environmental Behavior) ของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดผลการศึกษาที่สมบูรณ์แบบมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ali, F., Ciftci, O., Nanu, L., Cobanoglu, C., & Ryu, K. (2021). Response Rates in Hospitality Research: An Overview of Current Practice and Suggestions for Future Research. *Cornell Hospitality Quarterly*, 62(1), 105–120.
- Alzubaidi, H., Slade, E. L., & Dwivedi, Y. K. (2021). Examining Antecedents of Consumers' Pro-environmental Behaviours: TPB Extended with Materialism and Innovativeness. *Journal of Business Research*, 122, 685–699.
- Arun, T. M., Kaur, P., Ferraris, A., & Dhir, A. (2021). What Motivates the Adoption of Green Restaurant Products and Services? A Systematic Review and Future Research Agenda. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 2224–2240.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94.
- Bashir, S., Khwaja, M. G., Turi, J. A., & Toheed, H. (2019). Extension of Planned Behavioral Theory to Consumer Behaviors in Green Hotel. *Heliyon*, 5(12), e02974.
- Bulut, C., Nazli, M., Aydin, E., & Haque, A. U. (2021). The Effect of Environmental Concern on Conscious Green Consumption of Post-millennials: The Moderating Role of Greenwashing Perceptions. *Young Consumers*, 22(2), 306–319.
- Chaturvedi, P., Kulshreshtha, K., & Tripathi, V. (2020). Investigating the Determinants of Behavioral Intentions of Generation Z for Recycled Clothing: Evidence from a Developing Economy. *Young Consumers*, 21(4), 403–417.
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an Extended Theory of Planned Behavior Model to Predict Consumers' Intention to Visit Green Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230.
- Dunlap, R. E., & Jones, R. E. (2002). *Environmental Concern: Conceptual and Measurement Issues*. In R. R. Dunlap & W. Michelson (Eds.), *Handbook of Environmental Sociology*. Greenwood.
- Dunlap, R. E., Van Liere, K. D., Mertig, A. G., & Jones, R. E. (2000). Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425–442.
- Emekci, S. (2019). Green Consumption Behaviours of Consumers Within the Scope of TPB. *Journal of Consumer Marketing*, 36(3), 410–417.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, Addison-Wesley.

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (2018). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Hair, J. F., Black, B., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). London: Pearson Education.
- Han, H. (2015). Travelers' Pro-environmental Behavior in a Green Lodging Context: Converging Value-belief-norm Theory and the Theory of Planned Behavior. *Tourism Management*, 47, 164–177.
- Han, H. (2021). Consumer Behavior and Environmental Sustainability in Tourism and Hospitality: A Review of Theories, Concepts, and Latest Research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021–1042.
- Han, H., Hsu, L. T. (Jane), & Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities. *Tourism Management*, 31(3), 325–334.
- Han, H., & Kim, Y. (2010). An Investigation of Green Hotel Customers' Decision Formation: Developing an Extended Model of the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 659–668.
- Han, H., Moon, H., & Hyun, S. S. (2019). Uncovering the Determinants of Pro-environmental Consumption for Green Hotels and Green Restaurants: A Mixed-method Approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(4), 1581–1603.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis a Regression-based Approach* (2nd ed). New York: Guilford Press.
- Hwang, J., & Choi, J. K. (2018). An Investigation of Passengers' Psychological Benefits from Green Brands in an Environmentally Friendly Airline Context: The Moderating Role of Gender. *Sustainability*, 10(1), 80–97.
- Ishaq, M. I., Sarwar, H., & Ahmed, R. (2021). “A Healthy Outside Starts from the Inside”: A Matter of Sustainable Consumption Behavior in Italy and Pakistan. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 30, 61–86.
- Jaiswal, D., & Kant, R. (2018). Green Purchasing Behaviour: A Conceptual Framework and Empirical Investigation of Indian Consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 60–69.
- Jang, S. Y., Chung, J. Y., & Kim, Y. G. (2014). Effects of Environmentally Friendly Perceptions on Customers' Intentions to Visit Environmentally Friendly Restaurants: An Extended Theory of Planned Behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(6), 599–618.
- Joshi, Y., Sangroya, D., Srivastava, A. P., & Yadav, M. (2019). Modelling the Predictors of Young Consumers' Sustainable Consumption Intention. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 24(4), e1663.

- Joshi, Y., & Srivastava, A. P. (2020). Examining the Effect of CE and BE on Consumers' Purchase Intention toward Green Apparels. *Young Consumers*, 21(2), 255-272.
- Kaiser, F. G., & Scheuthle, H. (2003). Two Challenges to a Moral Extension of the Theory of Planned Behavior: Moral Norms and Just World Beliefs in Conservationism. *Personality and Individual Differences*, 35(5), 1033-1048.
- Liu, A., Ma, E., Qu, H., & Ryan, B. (2020). Daily Green Behavior as an Antecedent and a Moderator for Visitors' Pro-environmental Behaviors. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), 1390-1408.
- Liu, M. T., Liu, Y., & Mo, Z. (2020). Moral Norm is the Key: An Extension of the Theory of Planned Behaviour (TPB) on Chinese Consumers' Green Purchase Intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(8), 1823-1841.
- Manosuthi, N., Lee, J.-S., & Han, H. (2020). Predicting the Revisit Intention of Volunteer Tourists using the Merged Model between the theory of Planned Behavior and Norm Activation Model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(4), 510-532.
- Meeprom, S., & Dansiri, W. (2021). Understanding Motives for Attending Charity Sport Events in Thailand. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 15(1), 26-42.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting Green Product Consumption Using Theory of Planned Behavior and Reasoned Action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123-134.
- Raab, C., Baloglu, S., & Chen, Y.-S. (2017). Restaurant Managers' Adoption of Sustainable Practices: An Application of Institutional Theory and Theory of Planned Behavior. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(2), 154-171.
- Song, H. J., Lee, C. K., Kang, S. K., & Boo, S. J. (2012). The Effect of Environmentally Friendly Perceptions on Festival Visitors' Decision-making Process Using an Extended Model of Goal-directed Behavior. *Tourism Management*, 33(6), 1417-1428.
- United Nations Development Program. (2016). *Sustainable Development Goals*. Retrieved 6 January, 2023 from http://www.undp.org/content/dam/undp/library/corporate/brochure/SDGs_Booklet_Web_En.pdf.
- Verma, V. K., Chandra, B., & Kumar, S. (2019). Values and Ascribed Responsibility to Predict Consumers' Attitude and Concern Towards Green Hotel Visit Intention. *Journal of Business Research*, 96, 206-216.
- Wang, J., Shen, M., & Chu, M. (2021). Why is green consumption easier said than done? Exploring the Green Consumption Attitude-intention Gap in China with Behavioral Reasoning Theory. *Cleaner and Responsible Consumption*, 2, 100015.

- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2016). Young Consumers' Intention towards Buying Green Products in a Developing Nation: Extending the Theory of Planned Behavior. *Journal of Cleaner Production*, 135, 732–739.
- Yang, S., Li, L., & Zhang, J. (2018). Understanding Consumers' Sustainable Consumption Intention at China's Double-11 Online Shopping Festival: An Extended Theory of Planned Behavior Model. *Sustainability*, 10(6), 1801-1819.
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206.

