

## การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนของพนักงานบริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน)

### Exposure to Public Relations Media with in MCOT Public Company Limited: Knowledge, Attitudes and Participation in Global Warming Reducing Activities of Personnel

อัญชุลี ศิลปนวกุล\*

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนของพนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนของพนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติ ต่อการลดภาวะโลกร้อน และความรู้กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน และเพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากร กับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจ และใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลพนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และประมวลผลข้อมูล โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรการลดภาวะโลกร้อน ระดับปานกลาง โดยมีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทสติ๊กเกอร์ ประชาสัมพันธ์โครงการ Mcot Let's Green ที่มีข้อความ "เดินดีกว่าไหม" มากที่สุด ด้านความรู้

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้การลดภาวะโลกร้อนระดับปานกลาง ส่วนใหญ่ มีความรู้ต่อการลดภาวะโลกร้อน จะส่งผลให้อุณหภูมิสูงขึ้น และจะส่งผลกระทบต่อพื้นที่การเกษตรผลผลิตทางการเกษตรน้อยลง ด้านทัศนคติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน ระดับกลาง โดยมีทัศนคติต่อข้อความเชิงลบว่า ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อลดภาวะโลกร้อนมากที่สุด ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนระดับสูง โดยมีส่วนร่วม ปิดน้ำที่อ่างหน้า ขณะล้างจานหรือแปรงฟันมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อนในทิศทางเดียวกันเชิงบวก โดยสัมพันธ์ระดับต่ำ ขณะที่ความรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนในทิศทางเดียวกันเชิงบวก โดยสัมพันธ์ระดับต่ำ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ สถานภาพต่างกัน การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน ไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ สถานภาพ แตกต่างกัน การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร และทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน ไม่แตกต่างกัน รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่มี การศึกษา สถานภาพแตกต่างกัน ทัศนคติต่อการลดภาวะ

\* นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

โลกร้อน ไม่แตกต่างกัน ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสถานภาพแตกต่างกัน จะมีความรู้และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมลดภาวะโลกร้อน แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสถานภาพ แตกต่างกัน การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร ความรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมลดภาวะโลกร้อน จะแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** ภาวะโลกร้อน, การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์, พนักงาน บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน)

### Abstracts

The research aims to study 1) the exposure to public relations media within MCOT Public Company Limited, and the knowledge, attitudes, and participation in global warming reducing activities of the company's personnel; 2) the relation between the knowledge and the attitudes toward global warming reduction, and the knowledge and the participation in the activities; and 3) the differences in demography and the exposure to public relation media, knowledge, attitudes, and participation in global warming reducing activities of the sampling group.

This quantitative research employs a survey and questionnaire as tools to collect information from the personnel. Then, a computer program is used in the processing of the data. The findings are summarized below.

The exposure to public relation media within the organization of the sampling group is at a moderate level. The exposure to the publicity sticker of the Let's Go Green Project, which says 'Is it better to walk?' is at the highest level. As for knowledge, the samples' knowledge of the global warming reduction is at the moderate level. Most of

them know that global warming results in the increasing of temperature and the lessening of agricultural area. As for attitudes, their attitude toward global warming is at the moderate level. The negative attitude that it is not necessary to change their behavior to reduce global warming is at the highest level. As for participation, their participation in the activities is in the highest level. Turning off the tap while cleaning the dishes or brushing the teeth is at the highest level.

The result of the hypothesis testing is that the knowledge is positively related to the attitudes in the same direction in the low level, whereas the knowledge is positively related to the participation in the same direction in the low level. There is no difference in the exposure, knowledge, attitudes, and participation of the sampling group with differences in gender and status. Also, there is no difference in the exposure and the attitudes of the sampling group with differences in age and status. Besides, there is no difference in the attitudes of the sampling group with differences in education and status. However, there is a difference in the knowledge and the participation of the sampling group with differences in age and status. Also, there is a difference in the exposure, knowledge, and the participation of the sampling group with differences in education and status.

**Keywords:** Global Warming, Exposure to Public Relations Media, Personnel; MCOT Public Company Limited

### บทนำ

ปัจจุบันประชาคมโลกให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะ การประชุม

สหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล หรือ “เอิร์ธซัมมิต” (Earth Summit) เมื่อปี พ.ศ. 2535 เป็นการประชุมเพื่อให้เกิดการจัดการระบบบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ธารา บัวคำศรี, 2550, หน้า 16) จากผลกระทบของสภาวะโลกร้อน ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน มนุษย์ต้องร่วมกันรับผิดชอบ โดยเฉพาะ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อช่วยชะลอปัญหาภาวะโลกร้อน สำหรับการให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามกฎข้อตกลงของโลก เช่น พิธีสารเกียวโต เพื่อร่วมมือกันลดก๊าซเรือนกระจก กระบวนการหาแนวทางปฏิบัติร่วมมือกันตามแผนหยุดโลกร้อน อาทิ การใช้หลอดตะเกียบ หลอดเรสเซนต์ ใช้ถุงผ้าใส่ของแทนถุงพลาสติก ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่จำเป็น ปลุกต้นไม้เพิ่ม ช่วยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้เพื่อนๆ หรือคนที่รู้จักทราบถึงภัยจากภาวะโลกร้อน เป็นต้น นอกจากนี้ สำหรับประเทศไทย ทางภาครัฐและองค์กรเอกชน ต่างมีความพยายามในการที่จะประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนรับทราบถึงภัยจากภาวะโลกร้อน พร้อมทั้ง มีการรณรงค์ให้ช่วยลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกหลากหลายวิธีการ เช่น โครงการส่งเสริมศักยภาพแปลงขยะให้เป็นพลังงานไฟฟ้า โครงการพัฒนาพลังงานสะอาดทุกรูปแบบ โครงการส่งเสริมการศึกษาและวิจัยพลังงานทางเลือกที่เป็นพลังงานสะอาด ได้แก่ พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานน้ำจากเขื่อนขนาดเล็ก การกำหนดนโยบายส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนและการประหยัดพลังงานโดยส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์สำหรับรถยนต์ รณรงค์คนไทยให้ประหยัดพลังงาน เช่น การปิดไฟ กำหนดเวลาปิด-เปิด เครื่องปรับอากาศ ขับรถไม่เกิน 90 กม./ชม. เป็นต้น (สมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย, 2551, หน้า 37-48)

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) นอกจากบทบาทหน้าที่ในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการให้ข่าวสาร สารความรู้ตลอดจนกระตุ้นให้ประชาชนและสังคมวงกว้าง

ตระหนักถึงการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า ด้วยการใช้สื่อในการขับเคลื่อนและสนับสนุนการดำเนินงาน โดยร่วมรณรงค์ และปลูกจิตสำนึกให้หันมาสนใจเรื่องการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่ามากขึ้นแล้วยังเล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งใน โครงการ BEAT 10 เพื่อสร้างให้เกิดกระแสการอนุรักษ์พลังงานในอาคาร ให้เป็นที่รับรู้ในสังคมวงกว้างต่อไป

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีเจตนารมณ์ที่ชัดเจนในการปรับปรุงประสิทธิภาพ โดยปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์พลังงาน และใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าให้แก่พนักงานในองค์กร ผ่านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ ที่มีอย่างครอบคลุม ทั้ง โทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ พร้อมดำเนินโครงการ MCOT Let's Green

ในการนี้ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ได้วางมาตรการลดการใช้พลังงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดผลอย่างยั่งยืนกับองค์กร โดยร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาด้านการอนุรักษ์พลังงานกำหนด 5 มาตรการ อนุรักษ์พลังงาน ในอาคารอย่างรัดกุม นอกจากนี้ ได้มีการดำเนินงาน ผ่านกิจกรรมและมาตรการต่างๆ ให้พนักงานทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ อาทิ การจัดตั้งคณะกรรมการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อช่วยกันสอดส่องดูแลการใช้พลังงาน รวมทั้งรณรงค์การใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าการรณรงค์ให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมลดใช้พลังงาน โดยเผยแพร่กิจกรรมการประหยัดพลังงานต่างๆ ของพนักงานผ่านสื่อต่างๆ ในองค์กร การจัดสภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร ด้วยการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ซึ่งมีส่วนช่วยลดการดูดซับความร้อนสู่ตัวอาคาร การใช้ระบบควบคุมแสงสว่างอัตโนมัติ ควบคุมการเปิด-ปิดไฟอัตโนมัติตามเวลา ทำให้ช่วยลดความร้อนเข้าสู่ตัวอาคาร ซึ่งได้รับความร่วมมือจากพนักงาน โดยโครงการ MCOT Let's Green ดำเนินการต่อเนื่องเข้าสู่ปีที่ 3 แล้ว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าพนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีการเปิดรับสื่อ

ประชาสัมพันธ์ในองค์กร เกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อนมากขึ้นเพียงไร มีลักษณะการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรอย่างไรบ้าง รวมทั้ง ศึกษาว่าพนักงาน มีความรู้ มีทัศนคติอย่างไรต่อการลดภาวะโลกร้อน และส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมลดภาวะโลกร้อน ที่บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จัดขึ้นอย่างไรบ้าง เพื่อนำผลการศึกษา ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปปรับปรุงและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ให้สอดคล้องกับความรู้ ทัศนคติของพนักงานเกี่ยวกับโครงการ MCOT Let's Green เพื่อให้พนักงาน มีส่วนร่วมในกิจกรรมของโครงการที่องค์กรจัดมากขึ้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้ตารางทางสถิติ ซึ่งมีการคำนวณออกมาเป็นตารางสำเร็จรูปที่ใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) โดยการกำหนดจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่ง พนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 1,435 คน (บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), 2555) กำหนดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 313 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ซึ่งการสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีสุ่มพนักงาน ที่ปฏิบัติงานภายใน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำนวน 17 สำนัก ได้แก่ 1. สำนักการตลาด 2. สำนักข่าวต่างประเทศ 3. สำนักข่าวไทย 4. สำนักทรัพยากรมนุษย์ 5. สำนักโทรทัศน์ 6. สำนักธุรกิจสื่อใหม่ 7. สำนักบริหารกลาง 8. สำนักเลขานุการบริษัท 9. สำนักวิทยุ 10. สำนักวิศวกรรมโครงข่าย 11. Mcot Acadamy 12. สำนักกฎหมาย 13. สำนักการขาย 14. สำนักตรวจสอบภายใน 15. สำนักบัญชีและการเงิน 16. สำนักผู้ตรวจการธุรกิจ 17. สำนักอำนวยการใหญ่ โดยกระจายไปยังสำนักต่าง ๆ

ตามสัดส่วนของพนักงาน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งได้รับกลับมาจำนวน 338 ชุด ซึ่งเกินจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด แต่ผู้วิจัยเห็นว่าแบบสอบถามที่เก็บเก็บมานั้น มีประโยชน์ในการวิจัย จึงได้นำมาวิเคราะห์ทั้งหมด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ **ส่วนที่ 1** ลักษณะทางประชากร เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามมีลักษณะเป็นปลายปิด แบบหลายตัวเลือก **ส่วนที่ 2** การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร การลดภาวะโลกร้อน เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร จากสื่อต่าง ๆ จำนวน 10 ข้อ **ส่วนที่ 3** ความรู้ต่อการลดภาวะโลกร้อน ซึ่งเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลผลกระทบเมื่อเกิดปัญหาภาวะโลกร้อน ที่จะเกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคต จำนวน 15 ข้อ **ส่วนที่ 4** ทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลความคิดเห็นต่อการลดภาวะโลกร้อน จำนวน 15 ข้อ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ส่วน คือ ความคิดเห็นการลดภาวะโลกร้อนที่มีต่อองค์กร จำนวน 7 ข้อ และความคิดเห็นต่อการลดภาวะโลกร้อนต่อสังคม จำนวน 8 ข้อ **ส่วนที่ 5** ด้านวิธีการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน จำนวน 15 ข้อ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ส่วน คือ การมีส่วนร่วมการลดภาวะโลกร้อนที่มีต่อองค์กร จำนวน 10 ข้อ และ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนที่ทำในชีวิตประจำวัน จำนวน 5 ข้อ โดยมาตรวัดตัวแปรของข้อคำถามในแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 , 4 และ 5 เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า (rating scale) ตามวิธีของ Likert 5 ระดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานทางประชากร ข้อมูลด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

การลดภาวะโลกร้อน ด้วยการแจกแจงความถี่ และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ย ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติอนุमान ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติ, ความรู้ กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และการทดสอบรายคู่ของ เชฟเฟ (Scheffe) ในการอธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากร ในด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร ด้านความรู้ ด้านทัศนคติ และด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน

## ผลการวิจัย

1. ข้อมูลด้านลักษณะประชากร พบว่า พนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำนวน 338 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่ มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 26-30 ปี และ จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร พบว่า พนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร ในระดับปานกลาง โดยสถิติเกอร์ประชาสัมพันธ์ลดภาวะโลกร้อน เป็นสื่อที่พนักงาน พบเห็นบ่อยมากที่สุด คือ สถิติเกอร์ประชาสัมพันธ์ลดภาวะโลกร้อน ในโครงการ MCOT Let's GREEN ที่มีข้อความ เดินดีก้าวใหม่ รองลงมา คือ สถิติเกอร์ที่มีข้อความว่า ชาว อสมท รวมใจ ลดใช้ไฟสิ้นเปลือง และ สถิติเกอร์ที่มีข้อความว่า ช่วยกันปิด มีสิทธิ์ได้ โบนัส ตามลำดับ

3. ด้านความรู้ต่อการลดภาวะโลกร้อนของพนักงาน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ มีความรู้ต่อการลดภาวะโลกร้อนในระดับปานกลาง โดยพนักงานมีความรู้ต่อการลดภาวะโลกร้อนสูงสุด 3

อันดับแรก คือ ภาวะโลกร้อน ส่งผลให้อุณหภูมิสูงขึ้น จะส่งผลกระทบต่อพื้นที่การเกษตรและผลผลิตทางการเกษตรน้อยลงไปด้วย รองลงมา คือ สัตว์ทุกชนิดเสี่ยงสูญพันธุ์ หากอุณหภูมิโลกเพิ่มสูงขึ้น ทุกๆ 2 องศาเซลเซียส และ วันคุ้มครองโลก ไม่ได้ตรงกับวัน 2 เมษายนของทุกปี ตามลำดับ

4. ด้านทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อนของพนักงาน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน มีความเป็นกลาง และพบว่า พนักงานมีทัศนคติเชิงลบต่อการลดภาวะโลกร้อนมากที่สุด คือ เราไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อลดภาวะโลกร้อน รองลงมา คือ ภาวะโลกร้อนเป็นเรื่องไกลตัว ไม่เกี่ยวกับเรา และ หากไม่เกิดปัญหาภาวะโลกร้อน ไม่จำเป็นต้องประหยัดพลังงาน ตามลำดับ

5. ด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน อยู่ในระดับสูง โดยพนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนมากที่สุด คือ ปิดน้ำที่อ่างล้างหน้าขณะล้างจาน หรือ แปร่งฟัน รองลงมา คือ หากขึ้นลงอาคารเพียงชั้นเดียว หรือ 2 ชั้น จะเลือกเดินบันไดโดยไม่ใช้ลิฟต์ และพนักงานจะใช้กระดาษให้ครบทั้ง 2 หน้า ตามลำดับ

6. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน ของพนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) พบว่า ความรู้กับทัศนคติ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางเดียวกันในเชิงบวก ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

7. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของพนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อการลดภาวะโลกร้อน พบว่า ความรู้กับการมีส่วนร่วมของพนักงาน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางเดียวกันในเชิงบวก ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

8. จากการศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรที่มี เพศ อายุ และสถานภาพต่างกัน ด้านการลดภาวะโลกร้อน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และพบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งที่แตกต่างกัน จะเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรการลดภาวะโลกร้อน ที่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

9. จากการศึกษาความรู้ต่อการลดภาวะโลกร้อนของพนักงานที่มีเพศ สถานภาพ ที่แตกต่างกัน พบว่า พนักงานจะมีความรู้การลดภาวะโลกร้อนที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และพบว่า พนักงานที่มีอายุ การศึกษา สถานภาพ ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้การลดภาวะโลกร้อนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001, 0.05

10. จากการศึกษาทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อนของพนักงาน ที่มี เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพที่แตกต่างกัน พบว่า พนักงานจะมีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อนที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

11. จากการศึกษาการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนของพนักงานที่มี เพศ สถานภาพที่แตกต่างกัน พบว่า พนักงานจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และพบว่าพนักงานที่มีอายุ การศึกษา สถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

## สรุปและวิจารณ์ผล

1. จากการศึกษาด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร การลดภาวะโลกร้อนของพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีการเปิดรับอยู่ในระดับในระดับปานกลาง โดยสติ๊กเกอร์ประชาสัมพันธ์ลดภาวะโลกร้อน เป็นสื่อที่พนักงานพบเห็นบ่อยที่สุด คือ สติ๊กเกอร์ประชาสัมพันธ์ลดภาวะโลกร้อน

ในโครงการ MCOT Let's GREEN ที่มีข้อความ เดินดีกว่าไหม รองลงมา คือสติ๊กเกอร์ที่มีข้อความว่า **ชาว อสมท รวมใจลดใช้ไฟสิ้นเปลือง** และ สติ๊กเกอร์ที่มีข้อความ **ช่วยกันปิดมิสทิชไดโอบนั้ส** โดย บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีอาคารจำนวนมาก และที่ผ่านมา มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรหลากหลายรูปแบบ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยเฉพาะสติ๊กเกอร์ ก็เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ถูกนำมาใช้ โดยสติ๊กเกอร์ดังกล่าว จะมีข้อความที่สั้นกระชับ เข้าใจง่าย และจะถูกนำไปติดตามอาคารที่พนักงานพบเห็นบ่อยครั้ง เช่น ประตูทางเข้าออก ลิฟต์ เป็นต้น ดังนั้น สติ๊กเกอร์ประชาสัมพันธ์การลดภาวะโลกร้อน จึงเป็นสื่อที่พนักงาน พบเห็นบ่อยที่สุด ส่งผลให้พนักงานเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรเกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อนที่เป็นสติ๊กเกอร์มากกว่าสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ

2. จากการศึกษาด้านความรู้การลดภาวะโลกร้อนของพนักงาน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีความรู้การลดภาวะโลกร้อนอยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานมีความรู้การลดภาวะโลกร้อนว่า ภาวะโลกร้อนส่งผลให้อุณหภูมิสูงขึ้น จะส่งผลกระทบต่อพื้นที่การเกษตรลดและผลผลิตทางการเกษตรน้อยลงไปด้วย เนื่องจากพนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำงานด้านสื่อสารมวลชน และมีการเผยแพร่ข่าวต่างๆ ผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์มากมาย เช่น ข่าวเกษตรสิ่งแวดล้อม ข่าวภัยแล้ง เป็นต้น พนักงานจึงได้รับทราบข้อมูลและมีความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนอย่างดี รวมถึงรับทราบถึงปัญหาของเกษตรกรไทย โดยผ่านการนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่างๆ เห็นได้ชัดเจนตอนนี้ คือ ผลกระทบจากภัยแล้ง และอากาศที่ร้อนขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรลดลง เกษตรกรบางรายขาดทุน นอกจากนี้ ด้านการเลี้ยงสัตว์ทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นสัตว์เลี้ยงน้ำ หรือสัตว์บก ล้วนเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ หากอุณหภูมิโลกเพิ่มสูงขึ้นทุกๆ 2 องศาเซลเซียส เช่น การเลี้ยงปลา หากอุณหภูมิน้ำเปลี่ยนแปลง

เร็ว ปลายจะปรับสภาพกับอุณหภูมิที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ และจะเนือคตายในที่สุด เป็นต้น

3. จากการศึกษาด้านทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อนของพนักงานในองค์กร พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อนเชิงบวกโดยพนักงานมีทัศนคติต่อข้อความเชิงลบการลดภาวะโลกร้อน คือ เราไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อลดภาวะโลกร้อน รวมถึงภาวะโลกร้อนเป็นเรื่องไกลตัว ไม่เกี่ยวกับตนเอง และหากไม่เกิดปัญหาภาวะโลกร้อน ไม่จำเป็นต้องประหยัดพลังงาน แต่พบว่า พนักงานยังมีทัศนคติต่อข้อความเชิงบวกต่อการลดภาวะโลกร้อนที่มีกับองค์กรด้วย เช่น บริษัท อสมท ควรกำหนดนโยบายการปฏิบัติงาน ให้ทุกคนช่วยลดภาวะโลกร้อน พนักงานควรลดการใช้กระดาษ ทำเอกสารบางอย่างของ อสมท เพราะสิ้นเปลือง โดยใช้วิธีการส่งผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทน ดังนั้น การที่พนักงาน มีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน ทั้งในเชิงบวก และเชิงลบ จึงทำให้พนักงาน มีความคิดเห็นที่รอบด้าน และส่งผลให้ มีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อนเป็นกลางด้วย

4. จากการศึกษาด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนของพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนอยู่ในระดับสูง โดยพนักงานมีส่วนร่วมการลดภาวะโลกร้อนที่ทำในชีวิตประจำวัน เช่น ปิดน้ำที่อ่างล้างหน้าขณะล้างจาน หรือแปรงฟันเลือกใช้เครื่องใช้ไฟฟ้า ที่มีฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ซึ่งการที่พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน โดยเริ่มต้นจากการใช้ชีวิตประจำวัน ต่อยอดมาสู่การปฏิบัติกิจกรรม ที่องค์กรจัดขึ้น เช่น หากขึ้นลงอาคารเพียงชั้นเดียว หรือ 2 ชั้น จะเลือกเดินบันไดโดยไม่ใช้ลิฟต์ พนักงานจะใช้กระดาษให้ครบทั้ง 2 หน้า อสมท ควรกำหนดนโยบายการปฏิบัติงาน ให้ทุกคนช่วยลดภาวะโลกร้อน ซึ่งล้วนเป็นกิจกรรมขององค์กรที่พนักงานสามารถมีส่วนร่วมได้ ทั้งภายในองค์กร และนอกสถานที่ จึงส่งผลให้พนักงาน มีส่วนร่วมในกิจกรรมลดภาวะโลกร้อนในระดับสูง

5. จากผลการวิจัยในการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน ของพนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางเดียวกันในเชิงบวก ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับสูง กล่าวคือ พนักงานที่มีความรู้การลดภาวะโลกร้อนมาก ก็จะมีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อนมากตามไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, หน้า 120) กล่าวว่า “บุคคลส่วนมากจะรับรู้เบื้องต้นผ่านประสบการณ์ แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ผสมผสานระหว่างความจำ กับสภาพจิตวิทยา ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรให้สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตน” ด้าน จุมพล รอดคำดี (2532, หน้า 117) ได้กล่าวเกี่ยวกับทัศนคติว่า “การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดของมนุษย์ไว้ 3 ระดับ คือ 1. การเปลี่ยนแปลงความคิด เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ซึ่งมาจากสื่อมวลชนและบุคคลอื่น 2. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ 3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมถูกกระทบในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น” นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) ที่สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, หน้า 123) กล่าวว่า “พฤติกรรมของคนเราเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล” สรุปได้ว่า ความรู้กับทัศนคติมีความเกี่ยวข้องกัน เนื่องจากความรู้ มีส่วนสำคัญต่อการมีทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่ง

วิเคราะห์ได้ว่า ความรู้การลดภาวะโลกร้อน ซึ่งเป็นความรู้จากผลกระทบจากปัญหาภาวะโลกร้อนโดยทั่วไป ส่งผลต่อคนทั้งโลก เช่น

นักวิชาการที่ปรากฏการณ์แอลกอฮอล์ ที่เกิดจากภาวะโลกร้อน ส่งผลให้ธรรมชาติได้ท้องทะเลอันดามันเปลี่ยนแปลง น้ำทะเลเย็น มีสีขุ่น ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวย้ายจุดดำน้ำจากอันดามันใต้ไปอันดามันเหนือ เพราะดำน้ำแล้วมีอาการคันตามผิวหนัง และปะการังอ่อนเหี่ยวเฉา ภาวะโลกร้อน ก่อให้เกิดการแพร่ระบาดของโลกร้ายต่างๆ เช่น ไข้มาลาเลีย อหิวาตกโรค เด็กและผู้สูงอายุ ได้รับผลกระทบมากที่สุด ซึ่งความรู้ดังกล่าว พนักงาน บริษัท อสมท ได้รับความรู้จากข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้นซึ่งทำให้มีความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนที่ปัจจุบันมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น อีกทั้ง บริษัท อสมท มีการจัดโครงการ Mcot Let's Green ซึ่งเป็นโครงการลดภาวะโลกร้อน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จึงอาจจะทำให้พนักงานมีความรู้เรื่องการลดภาวะโลกร้อนมากขึ้น และส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีตามมาด้วย

6. จากผลการวิจัยในการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของพนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อการลดภาวะโลกร้อน พบว่า ความรู้กับการมีส่วนร่วมของพนักงาน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางเดียวกันในเชิงบวก ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับสูง กล่าวคือ พนักงานที่มีความรู้การลดภาวะโลกร้อนมาก ก็จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมลดภาวะโลกร้อนมากตามไปด้วย สอดคล้อง กับแนวคิดสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, หน้า 123) กล่าวว่า พฤติกรรมคือการกระทำใดๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติ การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน เพราะมีความรู้และทัศนคติที่ต่างกัน” ซึ่งตรงกับอรรถกร ปิลันธน์โอวาท (2549, หน้า 39) กล่าวว่า “ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม” จึงสรุปได้ว่า ความรู้เป็นส่วนหนึ่ง ที่ส่งผลให้บุคคลมีพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ตามมา

วิเคราะห์ได้ว่า การที่พนักงานได้รับความรู้ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อนของบริษัท อสมท ทำให้เกิดความเกรงกลัว ต่อผลกระทบของปัญหาภาวะโลกร้อนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเห็นได้ชัดเจน จากการที่พนักงานเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมช่วยลดภาวะโลกร้อนแบบง่ายๆ และใกล้ตัว เช่น ปิดน้ำที่อ่างล้างหน้าขณะล้างจาน หรือ แปรงฟัน เลือกใช้เครื่องใช้ไฟฟ้า ที่มีฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ขึ้นลงอาคารเพียงชั้นเดียว หรือ 2 ชั้น จะเลือกเดินบันไดโดยไม่ใช้ลิฟต์ ใช้กระดาษให้ครบทั้ง 2 หน้านอกจากนี้ ความรู้ดังกล่าว ยังส่งผลให้พนักงาน มีความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมลดภาวะโลกร้อนนอกสถานที่มากขึ้น ซึ่งเป็นกิจกรรมของโครงการ Mcot Let's Green เช่น การปลูกป่าชายเลน เป็นต้น

7. จากการศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรเกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อน ที่มี เพศ อายุ สถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ปิยะวดี ทองบุ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาภาวะโลกร้อน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน ที่ไม่แตกต่างกัน

วิเคราะห์ได้ว่า พนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่มี เพศ อายุ ที่แตกต่างกัน จะเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรเกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อน ไม่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเพราะว่า พนักงานในองค์กร มีอายุตั้งแต่ 18-60 ปี ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิง หรือเพศชาย จะเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรเหมือนกัน ทั้งนี้ อาจจะได้รับสื่อสารมาจากแหล่งเดียวกัน เช่น สติกเกอร์ประชาสัมพันธ์การลดภาวะโลกร้อน ที่ติดตามอาคารสถานที่ต่างๆ ที่พบเห็นได้บ่อย และเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ของโครงการ Mcot Let's Green โครงการขององค์กรทำต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 แล้ว นอกจากนี้ ยังมีการประชาสัมพันธ์

ของโครงการโดยผ่านทางวิทยุภายในองค์กร ในช่วงเวลาพักเที่ยง รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ไปสเตอร์ที่ติดที่บอร์ด หรือติดภายในลิฟต์ ทำให้พนักงานพบเห็น และได้รับทราบข้อมูลการลดภาวะโลกร้อนที่เหมือนกัน

8. จากการศึกษาความรู้การลดภาวะโลกร้อน ที่มี เพศ สถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีความรู้ การลดภาวะโลกร้อนที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่ สอดคล้องกับ วิลาวรรณ ช่วงทิพย์ (2553) ที่ศึกษา ความรู้ความเข้าใจ ทักษะและพฤติกรรมการ ลดปัญหาภาวะโลกร้อนของพนักงานเทศบาล ตำบลพระยาสุรศักดิ์ อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี ที่พบว่า พนักงานที่มีเพศต่างกัน มีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนที่แตกต่างกัน

วิเคราะห์ได้ว่า การที่พนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ไม่ว่าจะเป็เพศชายหรือเพศ หญิง จะมีความรู้ที่ไม่แตกต่างกัน และพนักงาน มีความรู้เกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อนอยู่ในระดับ ปานกลาง น่าจะเป็นไปได้ว่า พนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีการรับสารสื่อสาร ผ่านสื่อ ประชาสัมพันธ์ขององค์กร เช่น ไปสเตอร์ สติกเกอร์ เป็นต้น ที่ถูกนำมาติดตามอาคาร ลิฟต์ เพื่อให้ พนักงานรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการลดภาวะ โลกร้อน ในรูปแบบเดียวกัน และถึงแม้พนักงาน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร หรือ ข้อมูล การลดภาวะโลกร้อน จากสื่อต่างๆ แต่ น่าจะเป็นไปได้ว่า การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ จะ เป็นในลักษณะเดิมๆ ไม่มีอะไรแปลกใหม่ จึงเป็น ไปได้ว่า แม้พนักงานจะสามารถรับทราบข้อมูล เกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อน จากสถานที่อื่นๆ ด้วย เพศ จึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญ ในการที่จะทำให้ พนักงานมีความรู้ในเรื่องการลดภาวะโลกร้อนที่ แตกต่างกัน

9. จากการศึกษาทัศนคติต่อการลดภาวะ โลกร้อน ที่มี เพศ อายุ รายได้ สถานภาพที่ แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน ที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้อง ปิยะวดี ทองบุ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้

ความเข้าใจ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการ แก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร” ที่พบว่า “เพศ ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน ที่ไม่แตก ต่างกัน”

วิเคราะห์ได้ว่า พนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ไม่ว่าจะเป็เพศหญิง หรือ เพศชาย มีอายุตั้งแต่ 18-60 ปี และมีรายได้ที่ แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการลดภาวะโลกร้อน ที่ไม่แตกต่างกัน อาจจะเป็นไปได้ว่า ทัศนคติของ พนักงานบริษัท อสมท มีความเป็นกลาง และมีความคิดเห็น ในเรื่องการลดภาวะโลกร้อน ทั้ง ในข้อความเชิงลบ เช่น เรื่องภาวะโลกร้อนเป็น เรื่องไกลตัว ไม่เกี่ยวกับตัวเอง หรือไม่จำเป็น ต้องเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อลดภาวะโลกร้อน รวมถึงทัศนคติในเชิงบวก เช่น อสมท ควรกำหนด นโยบายการปฏิบัติงานให้ทุกคนช่วยลดภาวะ โลกร้อน ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ อสมท มีการแจ้งข้อมูลสื่อสารเกี่ยวกับเรื่องการลดภาวะ โลกร้อนไม่เพียงพอ พนักงานควรลดการใช้ กระดาษ ในการทำเอกสารบางอย่างของ อสมท เพราะสิ้นเปลือง โดยใช้วิธีการส่งผ่านทางจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์แทน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยลดภาวะ โลกร้อน เป็นต้น ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่า ทัศนคติ การลดภาวะโลกร้อนของพนักงาน เป็นความคิด เห็นที่น่าจะเกิดจากปัจจัยอื่น ซึ่งไม่น่าจะเกี่ยวกับ เพศ อายุ รายได้ และการที่พนักงาน มีทัศนคติ ต่างๆ อาจจะเป็นผลมาจากการเปิดรับข้อมูลผ่าน สื่อต่างๆ ทำให้พนักงานมีความรู้ เกี่ยวกับการ ลดภาวะโลกร้อน และมีส่วนทำให้พนักงาน มี ทัศนคติต่อการภาวะโลกร้อน ไม่ว่าจะในเชิงบวก และเชิงลบ

10. จากการศึกษาการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การลดภาวะโลกร้อน ที่มีเพศ ที่แตกต่างกัน จะ มีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน ที่ ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้อง วิลาวรรณ ช่วงทิพย์ (2553) ที่ศึกษา “ความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และพฤติกรรมการลดปัญหาภาวะโลกร้อนของ

พนักงานเทศบาล ตำบลพระยาสุรศักดิ์ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี” ที่พบว่า พนักงานที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการลดปัญหาภาวะโลกร้อนแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีพฤติกรรมการลดปัญหาภาวะโลกร้อนมากกว่า แต่ไม่สอดคล้องกับกมลทิพย์ พ่วงเปี้ย (2553) ที่ศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการลดภาวะโลกร้อน ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า “นักเรียนระดับมัธยมศึกษาศึกษาตอนต้นเพศชาย มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการลดภาวะโลกร้อนมากกว่าเพศหญิง เพราะเพศชายมีความกระตือรือร้น ที่อยากจะทำสิ่งใหม่ๆมากกว่าเพศหญิง และมีโอกาสได้ทำกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนมากกว่าเพศหญิง”

วิเคราะห์ได้ว่า พนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ไม่ว่าจะเป็เพศหญิง หรือเพศชาย ไม่ได้มีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน อาจเนื่องมาจาก พนักงานในองค์กรที่ทำงานในแต่ละแผนก แต่ละฝ่ายนั้น มีเพศหญิง เพศชายคละกัน และในการทำร่วมกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน ที่องค์กรจัดขึ้น ทั้งในองค์กร เช่น ในช่วงพักเที่ยง หรือไม่ได้ใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ ควรปิดเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อช่วยประหยัดพลังงาน พนักงาน อสมท ถอดปลั๊กไฟฟ้าเมื่อสิ้นสุดการใช้งาน หากขึ้นลงอาคารเพียงชั้นเดียว หรือ 2 ชั้น จะเลือกเดินบันได โดยไม่ใช้ลิฟต์ เป็นต้น รวมทั้งมีส่วนร่วมกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน นอกองค์กร เช่น การปลูกป่าชายเลน เป็นต้น ซึ่งโครงการ Mcot Let's Green เปิดโอกาสให้พนักงาน มีส่วนร่วมในกิจกรรมได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ได้มีการจำกัดเพศ ดังนั้นแม้พนักงานจะมีเพศที่ต่างกัน แต่สามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้พนักงานที่มีการศึกษา สถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรที่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับ ปิยะวดี

ทองบุ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหภาวะโลกร้อน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่า “เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกลุ่มพื้นที่ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหภาวะโลกร้อน”

วิเคราะห์ได้ว่า พนักงาน อสมท จำกัด (มหาชน) ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรที่แตกต่างกัน เนื่องด้วย พนักงานในระดับปฏิบัติการส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นไปได้ว่า จะทำให้มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรที่มากกว่าพนักงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท หรือสูงกว่าปริญญาโท ที่มีจำนวนน้อยกว่า และจะมีตำแหน่งในหน้าที่การงานระดับบริหาร และมีความรอบรู้ในเรื่องการลดภาวะโลกร้อนมาบ้างแล้ว ซึ่งต่างจากพนักงานที่จบปริญญาตรี ต้องค้นหาข้อมูลรอบด้าน อีกทั้งพนักงาน อสมท ซึ่งเป็นองค์กรสื่อสารมวลชน จึงทำให้พนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนที่องค์กรจัดขึ้นสูงกว่า ผู้ที่จบการศึกษาในระดับอื่นๆ

พนักงานที่มี อายุ การศึกษา สถานภาพต่างกัน จะมีความรู้ต่อการลดภาวะโลกร้อน ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ สังวาล ทวีสิน (2552) ที่ศึกษา “ความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรม อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี” ที่พบว่า “บุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับ กมลทิพย์ พ่วงเปี้ย (2553) ที่ศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการลดภาวะโลกร้อนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า “เพศ อายุ ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อความรู้เกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร”

วิเคราะห์ได้ว่า อายุ ต่างกัน จะมีความรู้ในการลดภาวะโลกร้อนที่แตกต่างกัน กล่าวคือ พนักงานที่มีอายุตั้งแต่ 18-25 ปี จะมีความรู้ในเรื่องการลดภาวะโลกร้อนอยู่ในระดับสูงกว่าพนักงานที่มีอายุ 31-40 ปี อาจเนื่องจากว่า พนักงานที่มีอายุไม่มาก จะมีการเปิดรับสื่อที่สูงกว่า โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้ง สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทสติ๊กเกอร์ ที่ถูกติดตามอาคาร สถานที่ทำงาน ในจุดที่พนักงานพบเห็นบ่อย ซึ่งพนักงานที่มีอายุน้อย จะมีความสนใจในการอ่านรายละเอียด สิ่งรอบข้างมากกว่าพนักงานที่มีอายุที่มากกว่า 25ปีขึ้นไป เนื่องจากผู้ที่มีอายุมากกว่า 25 ปี นั้น อาจจะมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูง และต้องรับผิดชอบมากกว่า จึงทำให้ไม่สนใจกับสิ่งรอบข้างเท่าที่ควร นอกจากนี้ อายุ ยังมีส่วนทำให้พนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อนมากขึ้น ไม่เพียงเท่านั้น การศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนด้วยเช่นกัน เนื่องจากพนักงาน มีพื้นฐานของความรู้ที่ไม่เท่ากัน ดังนั้น พนักงานที่จบการศึกษาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้ในการลดภาวะโลกร้อนที่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ พนักงานที่มี อายุ การศึกษา สถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ วัชรินทร์ธรณ์ สมบูรณ์พงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน และพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อนของประชาชนในตำบลบางเตย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม” ที่พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา เขตพื้นที่ และกลุ่มอาชีพของประชาชนในตำบลบางเตย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน มีพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อนแตกต่างกัน

วิเคราะห์ได้ว่า พนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่มี อายุ การศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อนต่างกัน เนื่องจาก พนักงานบริษัท อสมท ส่วนใหญ่ จะจบการศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่จะมี

อายุ 18-25 ปี ซึ่งย่อมมีความสนใจ ในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น สูงกว่าพนักงานที่มีอายุ 50-60 ปี นอกจากนี้ กิจกรรมต่างการลดภาวะโลกร้อน บริษัท อสมท มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การสัมมนา การร่วมปลูกป่าชายเลน การรณรงค์การลดภาวะโลกร้อนในองค์กร เป็นต้น จึงอาจเป็นไปได้ว่า ด้วยกิจกรรมที่มีให้เลือกมีส่วนร่วมจำนวนมาก จึงทำให้พนักงานเลือกที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ มากขึ้น เหมาะสมกับอายุ ส่วนระดับการศึกษา ระดับปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานระดับผู้บริหาร มักจะไม่มีเวลา ที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมลดภาวะโลกร้อนของพนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)” ทำให้ทราบถึงการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร ความรู้ ทักษะคิดของพนักงาน ที่มีต่อการลดภาวะโลกร้อน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมลดภาวะโลกร้อนของพนักงาน และพบว่าพนักงานมีแนวคิดที่เป็นประโยชน์ ในการนำมาพัฒนาเพื่อใช้ในการปรับปรุงกิจกรรมการลดภาวะโลกร้อน จึงได้ขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป และเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัย ดังนี้

1. ควรศึกษาความความพึงพอใจต่อการลดภาวะโลกร้อน ของพนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และ ศึกษาว่าองค์กรมีความพึงพอใจต่อการลดภาวะโลกร้อนของพนักงานในองค์กร เพื่อให้การวิจัยครอบคลุมมากขึ้น
2. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ควรกำหนดนโยบายการปฏิบัติงานให้ทุกคนช่วยลดภาวะโลกร้อน ซึ่งเริ่มจากสิ่งที่ใกล้ตัว เช่น โต๊ะทำงาน บริเวณอาคารสถานที่ โดยมีการตั้งรางวัลหรือยกย่องให้เป็นบุคคลตัวอย่างการลดภาวะโลกร้อนขององค์กร ให้กับผู้ที่ร่วมกิจกรรมสม่ำเสมอ

3. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ควรมีการประชาสัมพันธ์ ที่มีความน่าสนใจ แปลกใหม่ไปจากเดิม เช่น อาจจะมีการสร้างตัวตุ๊กตาสัญลักษณ์ มาเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์โครงการ Mcot Let's Green เพื่อพนักงานในองค์กรมีความสนใจ ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆมากขึ้น และ จากผลการวิจัย การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร พนักงานยังรู้สึกว่า ยังไม่ได้รับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์การลดภาวะโลกร้อนที่องค์กรจัดขึ้น จึงเกิดแนวคิดที่น่าจะมีกิจกรรมเพิ่มขึ้นมากขึ้น เช่น การประกวดแข่งขันออกแบบสติ๊กเกอร์ประชาสัมพันธ์การลดภาวะโลกร้อน เป็นต้น

4. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ควรส่งเสริมและสนับสนุนโครงการช่วยลดภาวะโลกร้อนในเชิงการปฏิบัติอย่างจริงจังมากกว่านี้ รวมถึงจัดกิจกรรมนอกองค์กรมากขึ้นจากเดิมที่เคยมีเพียงปีละ 2 ครั้ง โดยน่าจะมีการแข่งขันชิงรางวัล ระดับฝ่าย ระดับแผนก ภายในองค์กร ที่มีทั้งสิ้น 17 สำนัก เพื่อสร้างแรงผลักดันให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรม ทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กรมากขึ้นด้วย

### เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ พ่วงเปี้ย. (2553). **ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการลดภาวะโลกร้อนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุมพล รอดคำดี. (2532). **สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธารา บัวคำศรี. (2550). **โลกร้อน 5 องศา**. กรุงเทพมหานคร: ดินสามน้ำหนึ่ง.
- บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน). (2555). **ข้อมูลผู้ถือหุ้น**. ค้นเมื่อ 7 กันยายน 2555, จาก <http://mcof-th.listedcompany.com/factsheet.html>.
- ปิยะวดี ทองบุ. (2551). **การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิลาวรรณ ช่วงทิพย์. (2553). **ความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และพฤติกรรมลดปัญหาภาวะโลกร้อนของพนักงานเทศบาล ตำบลเจ้าพระยาสุรศักดิ์ อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยภูมิ**. วิทยานิพนธ์รัฐ ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วัชรินทร์ธรณ์ สมบูรณ์พงศ์. (2554). **ความรู้ ทักษะเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน และพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อนของประชาชนในตำบลบางเตย อำเภอสสามพราณ จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย. (2551). **คู่มือลดโลกร้อนสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: คำถามที่นำค้นหาคำตอบ เพื่อช่วยชะลอวิกฤตการณ์โลกร้อน**. กรุงเทพมหานคร: แสงสว่างเวิลด์เพลส.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สังวาล ทวีสิน. (2552). **ความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนของบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม อ.สองพี่น้อง จ.สุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2549). **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bloom, B.S. (1971). **Human characteristics and school learning**. New York: McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory analysis (3<sup>rd</sup> ed.)**. New York: Harper & Row.