



ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์
กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม
วิทยาลัยนวัตกรรมการดิจิทัลเทคโนโลยี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2567



**CAUSAL FACTORS INFLUENCING THE FOLLOWING BEHAVIOR OF
THE PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT OF NATIONAL PARKS,
WILDLIFE AND PLANT CONSERVATION FACEBOOK PAGE
IN THAILAND**

**BY
PATTRAWADEE SRIPRASERT**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF INFORMATION SCIENCE
IN SOCIAL MEDIA TECHNOLOGY
COLLEGE OF DIGITAL INNOVATION TECHNOGY**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2024**

วิทยานิพนธ์เรื่อง

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์
กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

โดย

ภัทรวดี ศรีประเสริฐ

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม

มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2567

.....
รศ.ดร.ปริญญา สงวนสัตย์
ประธานกรรมการสอบ

.....
ผศ.ดร.สุมาลย์ ปานคำ
กรรมการ

.....
ผศ.ดร.สมชาย เล็กเจริญ
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ศ. ดร.สื้อจิตต์ เพ็ชรประสาน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

6 กันยายน 2567

Thesis entitled

**CAUSAL FACTORS INFLUENCING THE FOLLOWING BEHAVIOR OF THE PUBLIC
RELATIONS DEPARTMENT OF NATIONAL PARKS, WILDLIFE AND PLANT
CONSERVATION FACEBOOK PAGE
IN THAILAND**

by

PATTRAWADEE SRIPRASERT

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Information Science in Social Media Technology

Rangsit University

Academic Year 2024

Assoc. Prof. Parinya Sanguansat, Ph.D.

Examination Committee Chairperson

Asst. Prof. Sumaman Pankham, Ph.D.

Member

Asst. Prof. Somchai Lekhareon, Ph.D.

Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Prof. Suejit Pechprasarn, Ph.D.)

Dean of Graduate School

September 6, 2024

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย เล็กเจริญ ที่ได้ให้คำแนะนำเสนอข้อคิดเห็นถึงประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษา และชี้แนวทางในการแก้ปัญหา การค้นคว้าหาข้อมูล รวมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ให้มีความสมบูรณ์ ด้วยความเอาใจใส่ ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในความสำเร็จครั้งนี้ ขอขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลย์ ปานคำ ที่ได้ให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ตรวจสอบความถูกต้อง อีกทั้งยังให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ พร้อมทั้งให้กำลังใจจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา สวงนัตถ์ ประธานกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาชี้แนะแนวทางและคำแนะนำ ตลอดจนข้อสังเกตต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยได้พัฒนา แนวความคิดและได้ระดมปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อตรวจสอบ ให้ข้อเสนอแนะในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยมิได้เอ่ยนาม ที่ได้อบรมสั่งสอนให้ความรู้ทางด้าน วิชาการแก่ผู้วิจัย รวมทั้งได้แต่งตั้งให้ผู้วิจัยได้ใช้ค้นคว้า อ้างอิง จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลงได้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้การอุปการะอบรมเลี้ยงดูตลอดจนส่งเสริมการศึกษา มาโดยตลอด อีกทั้งผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานที่กรมอุทยานแห่งชาติฯ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ หลักสูตร พี่ ๆ เพื่อน ๆ ปริญญาโท รุ่นที่ 14 สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต ที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุนแก่ผู้วิจัย ตั้งแต่เริ่มต้นจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดี

ภัทรวดี ศรีประเสริฐ

ผู้วิจัย

6608317 : ภัทรวดี ศรีประเสริฐ
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก
 ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
 ในประเทศไทย
 หลักสูตร : สารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารสังคม
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.สมชาย เล็กเจริญ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล
 ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ
 สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ
 ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย
 รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม
 ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และ
 พันธุ์พืช จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ การวิเคราะห์องค์ประกอบ
 เชิงยืนยัน และโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น
 ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทัศนคติ 2) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3) ด้านความตั้งใจ
 ติดตาม และ 4) ด้านพฤติกรรมการติดตาม สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณา
 จากค่า $CMIN/df = 1.36$, ค่า $GFI = 0.96$, ค่า $AGFI = 0.94$, ค่า $SRMR = 0.02$, ค่า $RMSEA = 0.03$
 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ = 0.93 แสดงว่าตัวแปรใน โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวน
 ของพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
 ได้ร้อยละ 93 พบว่า ด้านความตั้งใจติดตามมีอิทธิพลทางตรงมากที่สุดต่อพฤติกรรมการติดตาม
 ซึ่งเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ควรคำนึงถึงความตั้งใจ
 ติดตามเป็นสำคัญเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ
 สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 88 หน้า)

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ; พฤติกรรมการติดตาม; เพจเฟซบุ๊ก

ลายมือชื่อนักศึกษา..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

6608317 : Patrawadee Sriprasert
 Thesis Title : Causal Factors Influencing the Following Behavior
 of The Public Relations Department of National Parks,
 Wildlife and Plant Conservation Facebook Page in Thailand
 Program : Master of Information Science in Social Media Technology
 Thesis Advisor : Asst. Prof. Somchai Lekchareon, Ph.D.

Abstract

The research aimed to 1) study develop and verify the consistency of a causal relationship model of behavior in following the Facebook page of the Public Relations Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation in Thailand, and 2) study the causal factors influencing the behavior of following the Facebook page of the Public Relations Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation in Thailand. The research is quantitative, using online questionnaires for data collection. The sample group consists of 300 individuals who follow the Facebook page of the Public Relations Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. The data were analyzed using frequency percentages, confirmatory factor analysis, and structural equation modeling. The findings reveal that the developed causal relationship model consists of four aspects: 1) attitude, 2) conformity to reference groups, 3) intention, and 4) behavior. This model is highly consistent with empirical data, as indicated by the values: CMIN/df = 1.36, GFI = 0.96, AGFI= 0.94, SRMR = 0.02, RMSEA = 0.03, and a predictive coefficient of 0.93, showing that the variables in the model can explain 93% of the variance in the behavior of following the Facebook page of the Public Relations Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. It was found that intention has the most direct influence on the behavior of following the page. Therefore, the Public Relations Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation should prioritize the intention to promote the behavior of following their Facebook page.

(Total 88 pages)

Keywords: Causal Factors; Following Behavior; Facebook Page

Student's Signature Thesis Advisor's Signature.....

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูป	ซ
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	4
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	5
1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	6
1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2	
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจติดตาม (Intention)	13
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดตาม (Behavior)	14
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการวิจัย	19
	3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	20
	3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	24
บทที่ 4	ผลการวิจัย	28
	4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น	29
	4.1.1 ผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
	4.1.2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะตัวแปรในการวิจัย	32
	4.1.3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้	36
	4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการ โครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร	38
	4.2.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน	40
	4.2.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ	47
บทที่ 5	สรุปผลและข้อเสนอแนะ	52
	5.1 สรุปผลการวิจัย	53
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย	57
	5.3 ข้อเสนอแนะ	59
	5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้	59
	5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต	60
บรรณานุกรม		61
ภาคผนวก		67

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	68
ภาคผนวก ข ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย	78
ภาคผนวก ค เอกสารยืนยันการยกเว้นการรับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน	85
ประวัติผู้วิจัย	88



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืน โมเดล	24
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
4.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านทัศนคติ (Attitude)	32
4.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)	33
4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านความตั้งใจติดตาม (Intention)	34
4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior)	35
4.6	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้	37
4.7	ตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้	39
4.8	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านทัศนคติ (Attitude)	41
4.9	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)	42
4.10	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านความตั้งใจติดตาม (Intention)	44
4.11	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior)	46
4.12	ค่าสถิติความสอดคล้องจากการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง	47
4.13	แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย	50

สารบัญรูป

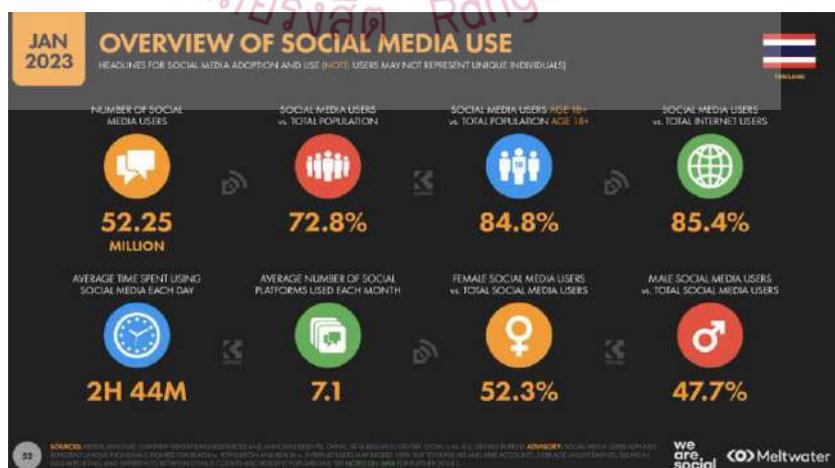
รูปที่	หน้า
1.1	1
1.2	2
1.3	2
1.4	4
1.5	5
2.1	12
2.2	12
2.3	13
4.1	40
4.2	42
4.3	44
4.4	45
4.5	48
<p>เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย</p>	

บทที่ 1

บทนำ

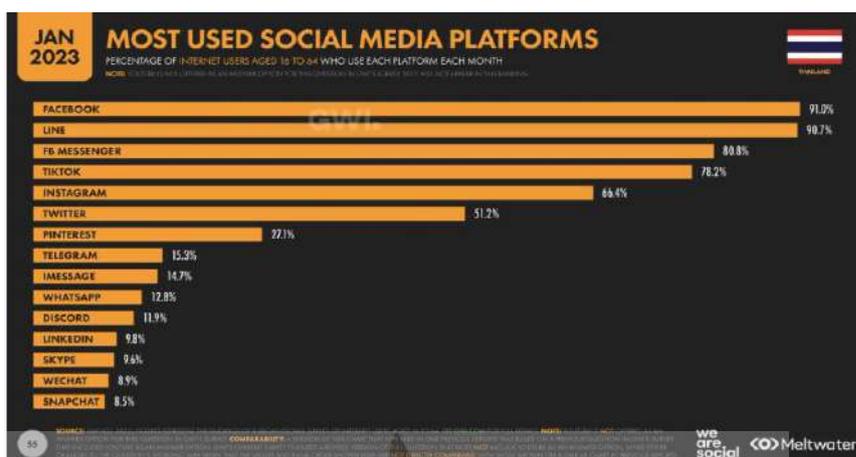
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประชากรในสังคมไทยส่วนใหญ่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น ที่นิยมในการสื่อสารทั้งการส่งต่อข่าวสารระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชน เป็นการสื่อสารที่สร้างปฏิสัมพันธ์ และความใกล้ชิดกันมากขึ้น จากสถิติการใช้งานโซเชียลมีเดียในปัจจุบันพบว่าแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้มากที่สุด 5 อันดับ จากรายงาน Thailand Digital Report ของ We Are Social เว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลดิจิทัลจากทั่วโลก ได้เปิดเผยข้อมูลแนวโน้มดิจิทัลของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2566 พบว่าสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้งานมากที่สุดอันดับหนึ่งคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ร้อยละ 91 ไลน์ (Line) ร้อยละ 90.7 เฟซบุ๊ก เมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) ร้อยละ 80.8 ติกต็อก (Tiktok) ร้อยละ 78.2 และอินสตาแกรม (Instagram) ร้อยละ 66.4 จากยอดการเข้าถึงและความชื่นชอบบนสื่อสังคมออนไลน์พบว่า เฟซบุ๊กยังคงเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมีผู้เข้าถึงจากทั่วประเทศกว่าร้อยละ 67 และนอกจากนั้นยังพบว่าเฟซบุ๊กในประเทศไทยมีผู้ใช้งานสูงสุดถึง 52 ล้านบัญชี มากเป็นอันดับที่ 9 ของโลก (We are social, 2023)

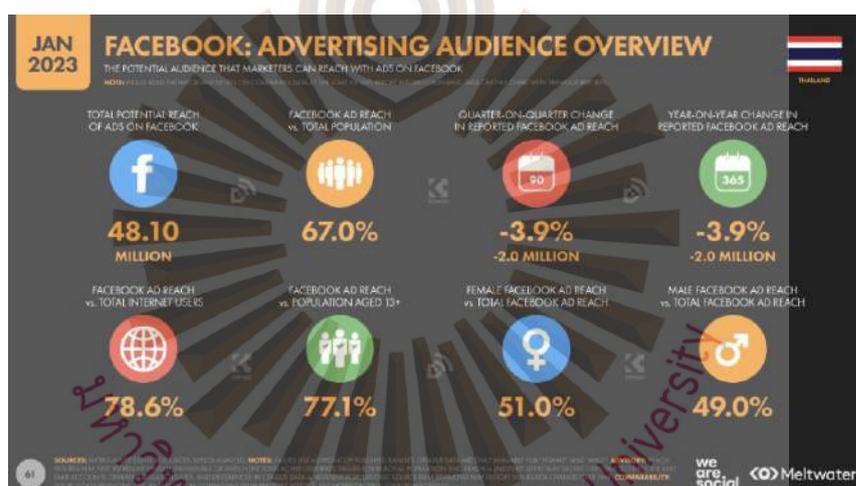


รูปที่ 1.1 สัดส่วนการใช้งานโซเชียลมีเดียในประเทศไทย

ที่มา : We are social, 2023



รูปที่ 1.2 สัดส่วนโซเชียลมีเดียที่คนไทยนิยมใช้
ที่มา : We are social, 2023



รูปที่ 1.3 แพลตฟอร์มที่เข้าถึงคนไทยมากที่สุด
ที่มา : We are social, 2023

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา ในขณะที่สังคมโลกกำลังเปลี่ยนแปลงไปต้องปรับตัวก้าวเข้าสู่ยุคชีวิตวิถีชีวิตใหม่หรือ (New Normal) เป็นวิถีชีวิตอีกรูปแบบหนึ่งที่ต้องทำกิจกรรมบนสื่อออนไลน์มากขึ้นรวดเร็วขึ้นและมีการติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่อออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบให้ผู้คนในสังคมองค์กรต่าง ๆ ต้องปรับตัวในการใช้สื่อออนไลน์สร้างตัวตนไปยังผู้บริโภคโดยตรงเพื่อเพิ่มการรับรู้สร้างการมีตัวตนมากยิ่งขึ้น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จึงเข้ามามีอิทธิพลต่อทุกภาคส่วนที่เลือกนำมาใช้ประโยชน์ด้านการสื่อสาร หากพิจารณาถึงวิวัฒนาการของสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป อินสตราแกรม ทำให้ผู้คน

สามารถเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2563) การประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊กจึงเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการสื่อสารที่ต้องการเผยแพร่ภารกิจทุกด้าน ในการปกป้อง รักษา ทรัพยากรป่าไม้ และสัตว์ป่า เช่น ภารกิจของสัตวแพทย์ในการช่วยเหลือสัตว์ป่า บาดเจ็บ พัดหลง ที่เกิดจากธรรมชาติและอาชญากรรมสัตว์ป่า ภารกิจเจ้าหน้าที่พิทักษ์ป่าจากการลาดตระเวน ปกป้องปราบปรามในพื้นที่ความรับผิดชอบของกรมอุทยานแห่งชาติฯ รวมทั้งดูแลพื้นที่นันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวของประชาชน ซึ่งเพจเฟซบุ๊กจะเป็นช่องทางในการสื่อสารนำเสนอข้อมูล และเป็นสื่อกลางที่นำเสนอข่าวสารต่อสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น รวมทั้งเป็นสื่อกลางระหว่างหน่วยงานรัฐกับประชาชนในการร้องทุกข์ต่อกรณีเกิดปัญหาจากสัตว์ป่าหรือการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นต่อทรัพยากรธรรมชาติทุกรูปแบบ และเพื่อสื่อสารสร้างความตระหนักรู้ต่อทรัพยากร โดยการให้ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในงานอนุรักษ์ได้ เช่น โครงการพ่อแม่อุปถัมภ์สัตว์ป่า เพื่อบรรเทาความเจ็บป่วยของสัตว์ป่าจากการบาดเจ็บ พัดหลง หรือการค้าสัตว์ป่า การรณรงค์ไฟป่า พรรณ ไม้มีค่า และการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ เป็นต้น (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2566)

เพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จึงมีอิทธิพลต่อการสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วมให้กับประชาชน ในด้านงานอนุรักษ์ที่รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ โดยการเลือกนำมาใช้ประโยชน์ด้านการสื่อสารที่ไม่มีการจำกัดรูปแบบ ไม่จำกัดขอบเขตการแสดงออกทางความคิดเห็น โดยเป็นการนำเสนอที่ผสมผสานรวมกัน ซึ่งประกอบไปด้วย ตัวอักษร ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว และเสียง มีเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงในแง่มุมต่าง ๆ ในด้านภารกิจ ผลงานการอนุรักษ์ พื้นฟูทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า รวมทั้งนันทนาการการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ทั่วประเทศ และกิจกรรมทุกด้านของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ทำให้สามารถเข้าถึงความถี่หน้าของสถานการณ์ได้ใกล้ชิดกับเรื่องราวหรือบุคคลที่สนใจได้ทุกที่ทุกเวลา จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางของการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานของรัฐและภาคประชาชน จากการใช้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ให้ทุกคนสามารถเข้าถึงภารกิจด้านงานอนุรักษ์ได้ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่เป็นเครื่องมือสร้างความได้เปรียบในด้านการสื่อสารที่รวดเร็วเท่าทันต่อเหตุการณ์ ในการตอบรับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2562)



รูปที่ 1.4 ตัวอย่างของเว็บไซต์เพจเฟซบุ๊ก
ที่มา : เพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ, 2566

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทยมีหลายปัจจัย ได้แก่ ด้านทัศนคติ (Attitude) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และด้านความตั้งใจติดตาม (Intention) มีผลต่อด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior) มากน้อยเพียงใด ซึ่งถ้าผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เกิดพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย จะทำให้ประสบความสำเร็จในด้านการสื่อสารอย่างยั่งยืน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย มีหลายปัจจัยโดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์งานด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ และสัตว์ป่า ให้สามารถสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานของรัฐกับภาคประชาชน และส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

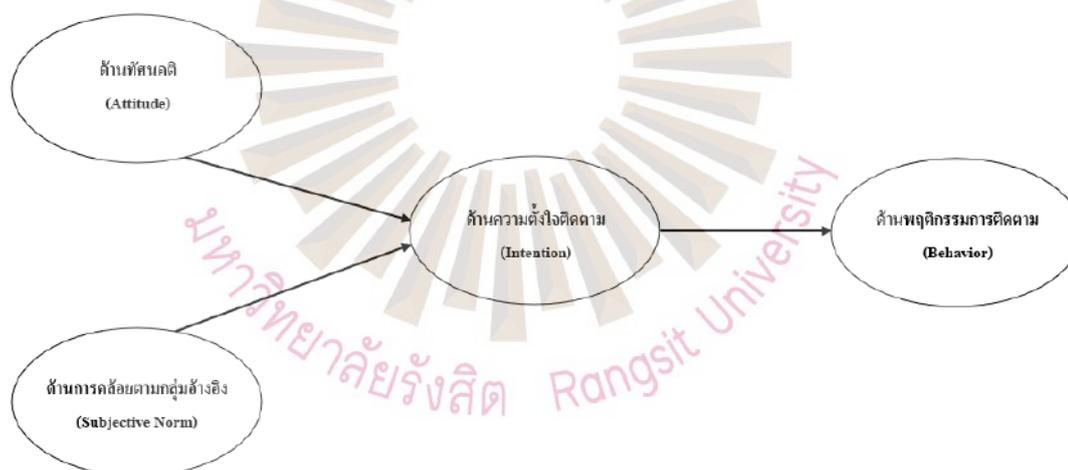
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดของ Pham et al. (2021) มาปรับปรุง และพัฒนา โดยปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้แก่ ด้านทัศนคติ (Attitude) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention) ว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ดังรูปที่ 1.5



รูปที่ 1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และพักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 452,365 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2566)

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และพักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 300 คน ได้มา โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural- Models with Latent Variable) Kline, (2011) ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรอยู่ใน 1 ตัวแปรสังเกตได้ ต่อ 10-20 เท่า หรือตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับได้ดูจากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 (Hoelter, 1983) จึงจะถือว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 12 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 120 คนเป็นอย่างน้อยและเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 300 คน

1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.4.2.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่

- 1) ด้านทัศนคติ (Attitude)
- 2) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

1.4.2.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่

- 1) ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention)
- 2) ด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ได้โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

1.5.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

1.5.3 เพื่อหน่วยงานกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปวางแผนกลยุทธ์สร้างให้มีผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชมากขึ้น รวมถึงเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเชิงลึกต่อไป

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ด้านทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ผู้ติดตามรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ ข่าวสาร รูปภาพ วิดีโอเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้และสัตว์ป่า บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และมีความรู้สึกพึงพอใจที่ได้มีส่วนร่วมระหว่างแอดมิน

ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) หมายถึง ผู้ติดตามคิดว่าครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อน คนรู้จัก และกลุ่มคนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention) หมายถึง ผู้ติดตามต้องการติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ เช่น การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ และการทำงานของเจ้าหน้าที่ อีกทั้งยังจะติดตามคลิปวิดีโอสัตว์ป่า นอกจากนี้ จะแนะนำเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ เช่น การแชร์เพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

ด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior) หมายถึง ผู้ติดตามต้องการติดตามข่าวสาร สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภาพสัตว์ป่า และการติดตามวิดีโอการทำงานของสัตวแพทย์ เช่น การช่วยเหลือสัตว์ป่าพลัดหลง เป็นต้น อีกทั้งยังต้องการติดตามโปสเตอร์ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism Activities) หมายถึง การท่องเที่ยวในพื้นที่ทางธรรมชาติที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกที่ไม่รบกวนหรือทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และยังเป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับวัฒนธรรมที่ต่างพึ่งพาอาศัยกัน อีกทั้งเป็นการสร้างอัตลักษณ์ร่วมกับการอนุรักษ์ที่ส่งเสริมให้ผู้คนตระหนักถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation) หมายถึง หน่วยงานราชการ สังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีภารกิจสำคัญในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู วิจัย รักษาพื้นที่ป่าอนุรักษ์เดิมที่มีอยู่และพื้นที่ป่าเสื่อมโทรม รวมทั้งทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของประเทศ ประกอบด้วยอุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า วนอุทยาน สวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ หน่วยจัดการต้นน้ำ ตลอดจนพัฒนาแหล่งนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของประชาชน ทั้งนี้ ในการนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยอาจมีการใช้คำย่อ “กรมอุทยานแห่งชาติฯ” มาใช้แทนกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

เพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช หมายถึง เพจเฟซบุ๊ก ที่มีหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ และผลงานด้านต่าง ๆ ของ กรมอุทยานแห่งชาติฯ โดยการใช้ “สื่อสังคมออนไลน์” มาเป็นเครื่องมือด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้สาธารณชนในหลากหลายมิติ เช่น ความหลากหลายของรูปแบบการนำเสนอกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ที่นำมาผสมผสานในด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นพื้นที่มุ่งหวังในการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่าง กรมอุทยานแห่งชาติฯ กับประชาชน เพื่อนำไปสู่การปลูกจิตสำนึกให้เกิดแนวร่วมในงานอนุรักษ์ ที่เห็นถึงคุณค่าความสำคัญ ตลอดจนหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ และสัตว์ป่า

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจติดตาม (Intention)
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดตาม (Behavior)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

วิกาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความสัมพันธ์ของความรู้สึก ความเชื่อและการรับรู้ของบุคคล ซึ่งมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมในการโต้ตอบด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่แสดงออกมา รวมทั้งความโน้มเอียงที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ จะเห็นได้ว่า ทัศนคติ คือ ความคิดที่ส่งผลต่ออารมณ์ ความคิด และแสดงออกมาโดยผ่านการกระทำ

Allport (1968) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้หรือการได้รับประสบการณ์ มิใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ซึ่งสามารถถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น ๆ ได้ เช่น บิดา มารดา ไม่ชอบบุคคลหนึ่งย่อมมีแนวโน้มที่จะทำให้บุคคลนั้นไม่ชอบตามไปด้วย ดังนั้นที่ชี้แนวทางการแสดงพฤติกรรมคือทัศนคติ หากมีทัศนคติที่ดีก็มีแนวโน้มที่จะเข้าหาหรือแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ในทางตรงกันข้ามหากมีทัศนคติที่ไม่ดีก็มีแนวโน้มที่จะไม่เข้าหาโดยการไม่กระทำตามหรือต่อต้านการแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ และทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลง

ได้ตลอดเวลาเมื่อมีการเรียนรู้หรือประสบการณ์ใหม่ของแต่ละบุคคล เมื่อนั้นทัศนคติย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

ซงซัย สันตวิงษ์ (2539) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สิ่งที่ปรากฏภายในความคิดของบุคคล ภายใต้อารมณ์ประสบการณ์ก่อตัวเกิดขึ้นสั่งสมมา มิใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้อง ทัศนคติจะเกิดขึ้นจากการประเมินของบุคคลหลังจากที่ได้เกี่ยวข้อง อาจกล่าวได้ว่าทัศนคติเกิดขึ้นนั้นเป็นผลที่มาจากการเรียนรู้มีลักษณะมั่นคงถาวร ภายหลังจากที่ได้ก่อตัวขึ้นมาแล้วตามสมควรและไม่เปลี่ยนแปลงทันทีที่ได้รับการกระตุ้นที่แตกต่างไป ทั้งนี้เพราะทัศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้นจะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ

Rosenberg and Hovland (1960) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง การสนใจ ซึ่งมีแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้นต่อบุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใดในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด เป็นการสนใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น

รุ่งนภา บุญคุ้ม (2536) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสังคมแวดล้อมอันมีแนวโน้มที่จะทำให้บุคคลแสดงการกระทำต่อสิ่งนั้น ๆ หรืออาจมีแนวโน้มที่บุคคลจะสนับสนุนหรือปฏิเสธยอมได้ จึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน การที่จะรู้ถึงทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้นั้น อาจแปลความหมายได้จากการแสดงออกทางพฤติกรรม

จากที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก ความคิด หรือความเชื่อ ที่มีแนวโน้มแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคล เป็นปฏิกิริยาโต้ตอบโดยการพิจารณาความชอบหรือไม่ชอบจากบุคคล ประสบการณ์ สถานการณ์ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ และจากองค์ความรู้ที่สั่งสมมาซึ่งเป็นการตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์ อาจกล่าวได้ว่าทัศนคติมิใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นการสั่งสมความรู้ที่เกิดจากสังคม และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

White et al. (2009) กล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามกลุ่มอ้างอิงที่มีการแนะนำ ซึ่งการกระตุ้นให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงในความตั้งใจเห็นคล้อยตามกลุ่มบุคคลนั้น ๆ

Kelman (1974) กล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง ความเชื่อ ที่เกิดจากความคาดหวังของบุคคลรอบข้างอย่างมีนัยแฝง เช่น เพื่อน เพื่อนสนิท หรือครอบครัว ที่มีประสบการณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากภายนอกที่แสดงออกมาของบุคคล ซึ่งเป็นบรรทัดฐานที่มีความหมายว่า การที่บุคคลหนึ่ง ๆ เกิดความเชื่อจากการคล้อยตามกลุ่มบุคคลซึ่งอาจส่งผลต่อทัศนคติของบุคคลนั้น ๆ และอาจแสดงออกตามพฤติกรรมตามกลุ่มอ้างอิง นอกจากนี้ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ยังหมายถึงการรับรู้แรงกดดันทางสังคมว่ามีส่วนหรือไม่มีส่วนในการเกิดพฤติกรรม

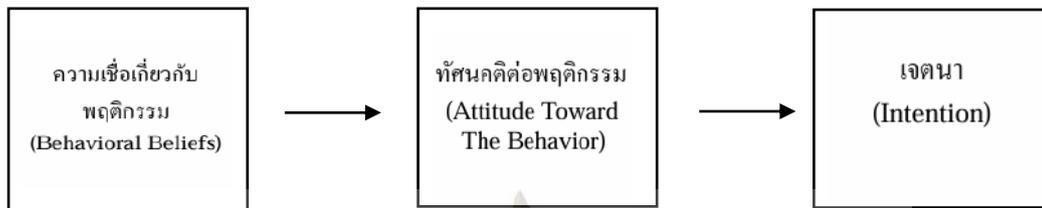
Taylor and Todd (1995) กล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง สิ่งที่บุคคลรับรู้ภายใต้อิทธิพลทางความคิดเห็นที่เป็นความตั้งใจจากกลุ่มบุคคล ซึ่งเป็นที่ยอมรับต่อตัวบุคคล หรืออีกนัยหนึ่งกล่าวคือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงถูกมองว่าเป็นข้อตกลงที่จะมีส่วนร่วมหรือไม่มีส่วนร่วมในการกระทำต่อสถานการณ์ที่ได้รับอิทธิพลของสังคมที่ได้รับรู้มา

Alam and Sayuti (2011) กล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง พฤติกรรมบางอย่างของกลุ่มบุคคลหรือบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อตัวบุคคลไม่ว่าทางเครือข่าย ความสัมพันธ์ หรือทางใดทางหนึ่งเกิดการกระตุ้นที่มีความกดดันเข้าร่วมด้วย ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมบางอย่างออกตามกลุ่มอ้างอิง

ณัฐพันธ์ เสาพันธ์ (2551) กล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมาจากการชักจูงที่มุ่งหวังให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองกลับมาโดยคาดหวังให้บุคคลเป็นไปตามกลุ่มสังคมที่มีปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ หรืออาจเกิดจากความเชื่อ 3 ประการ ซึ่งความเชื่อแต่ละประการจะส่งผลต่อตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

1) ความเชื่อที่สอดคล้องกับพฤติกรรม (Behavioral Beliefs) เป็นความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ หากบุคคลมีความเชื่อว่าการกระทำนั้นแล้วจะส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงบวก ซึ่งอาจนำไปสู่

การมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น หรือในทางตรงกันข้ามหากตัวบุคคลมีความเชื่อว่าการกระทำพฤติกรรมนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงลบ และส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น



รูปที่ 2.1 ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม

ที่มา : ฉัฐพันธ์ เสาพันธ์, 2551

2) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs) ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อกลุ่มบุคคลตามความสำคัญ โดยถ้าบุคคลมีความเชื่อต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือต้องการให้บุคคลแสดงพฤติกรรมนั้น การแสดงพฤติกรรมนั้นย่อมมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นได้เนื่องจากการคล้อยตามกันในทางกลับกันหากบุคคลเชื่อว่ากลุ่มบุคคลไม่มีความสำคัญหรือคิดว่าไม่ควรแสดงพฤติกรรมนั้น บุคคลก็มีแนวโน้มที่จะไม่แสดงพฤติกรรมนั้นตาม



รูปที่ 2.2 ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง

ที่มา : ฉัฐพันธ์ เสาพันธ์, 2551

3) ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม (Control Beliefs) หากบุคคลเชื่อว่ามีความสามารถที่จะแสดงพฤติกรรมในสภาพการณ์นั้นได้ และสามารถควบคุมให้เกิดผลได้ตามที่ต้องการ บุคคลก็มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นตาม



รูปที่ 2.3 ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม

ที่มา: ฌัฐพันธ์ เฝ้าพันธ์, 2551

จากที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีผลต่อเจตนาและส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ตามกลุ่มบุคคลอ้างอิงที่ตัวบุคคลมีความเชื่อ ซึ่งถ้าบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อกลุ่มบุคคลอ้างอิงย่อมเกิดพฤติกรรมการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และหากบุคคลมีทัศนคติที่ไม่เห็นด้วยหรือไม่สนับสนุนก็ย่อมที่จะไม่กระทำตาม ความเชื่อของกลุ่มบุคคลอ้างอิงมีความสามารถในการชักชวนให้คล้อยตาม ทำให้มีเจตนาในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลมากขึ้นและนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมตามความคาดหวังนั้นได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจติดตาม (Intention)

Ajzen (1991) กล่าวว่า ความตั้งใจติดตาม หมายถึง เจตนาหรือความต้องการที่พยายามกระทำพฤติกรรมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ ความตั้งใจจะขึ้นอยู่กับน้ำหนักของเจตนาที่จะเป็นตัวกำหนดซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมอีกทอดหนึ่ง น้ำหนักความสำคัญในแต่ละองค์ประกอบอาจไม่ตายตัวเสมอไปขึ้นอยู่กับสถานการณ์และตัวแปรควบคุมอื่น เช่น เงื่อนไขทางด้านเวลา การเปลี่ยนแปลงของข้อมูลที่ได้รับ ความเชื่อมั่น หรืออาจรวมถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลนำมาซึ่งเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไป

พัชรี ดวงจันทร์ (2550) กล่าวว่า ความตั้งใจติดตาม หมายถึง ความต้องการ ความเป็นไปได้ ความพยายามหรือการวางแผนของบุคคลที่จะทำพฤติกรรมหนึ่ง ๆ มีวัตถุประสงค์ชัดเจนในเป้าหมาย ซึ่งส่งผลต่อการแสดงออกต่อสิ่งนั้น

วรพจน์ ปานรอด และ ฌัฐภัทร นิระภัย (2562) กล่าวว่า ความตั้งใจติดตาม หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะกระทำต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งสะท้อนออกมาเป็นพฤติกรรม ซึ่งตัวบุคคลเป็นผู้ประเมินความเป็นไปได้ในการคาดหวังต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Kotler and Keller (2016) กล่าวว่า ความตั้งใจติดตาม หมายถึง สภาวะที่บุคคลเกิดความตั้งใจที่จะเลือกกระทำต่อสิ่งใดก็ตาม โดยความตั้งใจดังกล่าวส่งผ่านมาจากกระบวนการความคิดที่ไตร่ตรองแล้วตามลำดับ คือ การตระหนักถึงปัญหา (Problem/Need Recognition) สภาวะที่เกิดจากความต้องการ (Needs) ส่งผลจากแรงกระตุ้นที่มาจากสิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความรู้สึกหิว ความรู้สึกกรัก เป็นต้น และสิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) ที่เกิดจากการกระตุ้นของส่วนประสมตามสถานการณ์ สังคมแวดล้อม บุคคล เป็นต้น

ศรัญญา คณิตประเสริฐ (2543) กล่าวว่า ความตั้งใจติดตาม หมายถึง การแสดงเจตจำนงที่มีความมุ่งมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีแนวทางที่ชัดเจนเพื่อบรรลุเป้าหมายต่อสิ่งที่ตั้งใจและแสดงออกตามทัศนคติที่มีความเชื่อต่อสิ่งนั้น ความตั้งใจจึงเป็นปัจจัยกำหนดพฤติกรรมของบุคคลได้เด่นชัด อีกทั้งจากการวิจัยในอดีตบ่งชี้ว่าความตั้งใจเป็นตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมที่ดีที่สุด

จากที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความตั้งใจติดตาม คือ บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่แสดงเจตจำนงมุ่งมั่นพยายามกระทำพฤติกรรมต่อสิ่งที่มุ่งหวังอย่างแน่วแน่ มีวัตถุประสงค์กำหนดแนวทางชัดเจนต่อบุคคลหรือต่อเป้าหมายจนประสบความสำเร็จใดก็ได้ต่อเมื่อบุคคลนั้นเชื่อได้ว่า ข้อดีของความสำเร็จมีค่าน้ำหนักมากกว่าข้อเสียของความผิดพลาดที่จะล้มเหลว ความสำเร็จของพฤติกรรมซึ่งขึ้นอยู่กับสังคมนระดับการควบคุมของบุคคลนั้น ๆ อาจมีทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ร่วมด้วย ส่งผลมาจากความตั้งใจกระทำพฤติกรรมใดใด จึงเป็นที่มาของการนำการควบคุมผลของการกระทำเข้ามาเป็นปัจจัยเพิ่มเติมที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่ปรากฏ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมติดตาม (Behavior)

บุรฉัตร จันทรแดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และ สัญญา เคนาภูมิ (2562) กล่าวว่า พฤติกรรมติดตาม หมายถึง การกระทำ การปฏิบัติ หรือการแสดงออกของบุคคลที่เกิดขึ้นจากสภาวะของจิตใจส่งผลให้เกิดการกระทำต่อปัจจัยความต้องการในแต่ละบุคคล โดยสามารถสังเกตและใช้เครื่องมือทดสอบได้

Coon D and Mitterer J (2013) กล่าวว่า พฤติกรรมการติดตาม หมายถึง การแสดงออกที่สามารถสังเกตได้โดยตรง และทั้งที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรงของมนุษย์หรือสิ่งมีชีวิตกระทำลงไป

Lee et al. (2019) กล่าวว่า พฤติกรรมการติดตาม หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกิดจากความตั้งใจที่ปรากฏออกมาสู่ภายนอก ซึ่งมีแนวโน้มว่าเกิดจากพฤติกรรมที่วางแผนไว้เฉพาะของแต่ละบุคคล ที่จะตอบสนองต่อการกระทำที่มีความคาดหวังของบุคคลมาเกี่ยวข้อง

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต (2536) กล่าวว่า พฤติกรรมการติดตาม หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำการตอบสนองออกมาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างสถานการณ์สามารถสังเกตได้หรือรับรู้ได้ด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง เช่น การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส อีกทั้งวัดได้ด้วยเครื่องมือที่เป็นวัตถุวิสัยไม่ว่าการแสดงออกหรือการตอบสนองนั้นจะเกิดขึ้นภายในหรือภายนอกก็ตาม

สุदारรณ ชันชมิตร (2538) กล่าวว่า พฤติกรรมการติดตาม หมายถึง ปฏิบัติการหรือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งเร้าซึ่งอาจเกิดขึ้น ได้ทั้งที่ทบทวนมาดีแล้วหรือโดยไม่รู้สึกรู้ว่า พฤติกรรมเกิดจากการสั่งสมความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติต่อบุคคล ส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาโดยที่บุคคลอื่นที่อยู่รอบ ๆ จะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามซึ่งสามารถใช้เครื่องมือทดสอบวัดได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมการติดตาม หมายถึง การกระทำ การปฏิบัติหรือการแสดงออกของบุคคล ที่กระทำตอบกลับต่อสิ่งเร้ากระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมออกมา พฤติกรรมหรือการแสดงออกนั้นสามารถวัดได้ ทั้งนี้เป็นการแสดงออกที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐพงศ์ คงมิ่ง และ สุวาริ นามวงศ์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อการจัดการปัญหาขยะในเขตอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหาขยะ และเพื่อได้แนวทางที่เหมาะสมในการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสมในเขตอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ วิธีการดำเนินการศึกษา

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหาขยะในเขตอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับที่ดีมาก โดยค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมแตกต่างกันไปตามอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด รวมถึงปัจจัยด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการขยะในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการคัดแยกขยะ การรวบรวมขยะ และการลดปริมาณขยะ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ได้ปฏิบัติตาม

สุวรรณธ์ ภาติไวย, นภวรรณ ฐานะกาญจน์พงษ์เขียว และสันต์ เกตุปราณีต (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการอนุรักษ์ของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมค่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในอุทยานแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอนุรักษ์และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์ของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมค่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในอุทยานแห่งชาติแก่กระเจาน โดยการเก็บข้อมูลจากเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมค่ายอนุรักษ์ 350 คน ด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการอนุรักษ์ขณะเข้าร่วมกิจกรรมค่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่มี 6 ปัจจัย ได้แก่ ความรู้ด้านการอนุรักษ์ แรงจูงใจภายในด้านการคิดวาททรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญ และมีความรู้สึกภูมิใจ เมื่อได้แสดงพฤติกรรมการอนุรักษ์ เป็นต้น โดยก่อให้เกิดความผันแปรในพฤติกรรมประมาณร้อยละ 39.6 ($F = 8.941$; $p\text{-value} = 0.001$; $r^2 = 0.396$) และปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการอนุรักษ์ในชีวิตประจำวัน มี 3 ปัจจัย ได้แก่ แรงจูงใจภายในด้านความต้องการช่วยลดภาวะโลกร้อน ประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ของโรงเรียน และอายุ โดยก่อให้เกิดความผันแปรในพฤติกรรมประมาณร้อยละ 18.1 ($F = 3.009$; $p\text{-value} = 0.001$; $r^2 = 0.181$)

นภวรรณ ฐานะกาญจน์พงษ์เขียว และ จิราภรณ์ เทียมพันธ์พงศ์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มาเยือนอุทยานแห่งชาติปางสีดา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและระดับของพฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มาเยือนอุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระแก้วและปราจีนบุรี และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลและมีอำนาจในการจำแนก

พฤติกรรมมารับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มาเยือน โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้มาเยือน
 พื้นที่ศึกษาจำนวน 500 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์
 การจำแนกกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมมารับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของ
 ผู้มาเยือนอุทยานแห่งชาติปางสีดาอยู่ที่ระดับ 2.91 จากคะแนนเต็ม 4.00 (SD. = 0.46) จัดอยู่
 ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์การจำแนกกลุ่มพบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวส่งผลและมีอำนาจ
 ในการจำแนกพฤติกรรมมารับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มาเยือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมี
 ค่าสัมประสิทธิ์การจำแนกมาตรฐานสูงสุดเรียงตามลำดับ คือ ความตระหนักในคุณค่าของการรักษา
 สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ (0.721) อายุ (0.467) ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของกิจกรรม
 การท่องเที่ยวต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (0.462) และประสบการณ์ในการไปเยือน
 พื้นที่ธรรมชาติ (0.403) งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะหลักให้ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของ
 กิจกรรมการท่องเที่ยวต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มความตระหนักในคุณค่าของการรักษา
 ระบบนิเวศทางธรรมชาติและเพิ่มความเข้าใจในการปฏิบัติตัวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
 ของผู้มาเยือนอุทยานแห่งชาติ

ณัฐญา ชมบริสุทธิ์ และ ปาติดา ศรีสรกำพล (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่องพฤติกรรม
 การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด ของประชากรในกรุงเทพมหานคร
 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด ของประชากร
 ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 6 กลุ่ม คือ
 ผู้ที่ติดตามเฟซบุ๊กข่าวสดเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ เจเนอเรชั่นวาย และเจเนอเรชั่นแซดทั้งเพศหญิงและ
 เพศชาย ผลการวิจัยพบว่าผู้ติดตามเฟซบุ๊กข่าวสดเจเนอเรชั่นเอ็กซ์เพศหญิงและเพศชาย เปิดรับ
 ข่าวสารประเภทข่าวอาชญากรรม เวลา 08.00 น. ระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร 30 นาที
 จำนวน 2 - 3 ครั้งต่อวัน เพื่อต้องการที่จะได้รับรู้เหตุการณ์ข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์
 เจเนอเรชั่นวายเพศหญิง เปิดรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิง เวลา 06.00 - 07.00 น. ระยะเวลา
 การเปิดรับข่าวสาร 15 นาที จำนวน 5 ครั้งต่อวัน เปิดรับข่าวสารเพื่อที่จะรับรู้ข่าวสารให้ทันต่อ
 เหตุการณ์และนำข่าวสารมาแลกเปลี่ยนความรู้ เจเนอเรชั่นวายเพศชาย เปิดรับข่าวสารประเภท
 ข่าวกีฬา เวลา 20.00 น.ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร 15 นาที จำนวน 5 ครั้งต่อวัน เปิดรับข่าวสาร
 เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์และนำมาปรับใช้กับสถานการณ์ในปัจจุบันของสังคม เจเนอเรชั่นแซด
 เพศหญิง เปิดรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิง และเจเนอเรชั่นแซดเพศชาย เปิดรับข่าวสารประเภท
 ข่าวเทคโนโลยี เวลา 17.00 น. ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร 10 นาที จำนวน 1 ครั้งต่อวัน
 เปิดรับข่าวสารเพื่อมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นกับกลุ่มเพื่อน

พันธิวา ชุศรีโสม และ ณิชฐ์ชดา วิจิตรจามร (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารและความพึงพอใจในการสื่อสารของข้าราชการทหาร กรมการทหารสื่อสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร พฤติกรรมการสื่อสาร ลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารและความพึงพอใจในการสื่อสารของข้าราชการทหารกรมการทหารสื่อสาร สังกัดกองทัพบก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ข้าราชการทหารกรมการทหารสื่อสาร สังกัดกองทัพบก ประกอบด้วยข้าราชการทหารชั้นสัญญาบัตร ข้าราชการทหารชั้นประทวน และลูกจ้างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร มีนโยบายการสื่อสารเพื่อติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร โดยกลุ่มเป้าหมายในการติดต่อสื่อสาร คือ บุคลากร ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้านพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชาถึงผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชาถึงผู้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงาน และการสื่อสารระหว่างหน่วยงาน โดยการสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาอยู่ในระดับน้อย ส่วนการสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานและหน่วยงานอยู่ในระดับปานกลาง ช่องทางการสื่อสารที่ใช้มากที่สุดคือ โทรศัพท์ ซึ่งพฤติกรรมการสื่อสารมีความแตกต่างกันตามชั้นยศ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย ซึ่งในบทนี้ผู้วิจัยได้มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยมีรายละเอียดในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และพักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 452,365 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2566)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และพักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 300 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural - Models with Latent Variable)

Kline (2016) ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรอยู่ใน 10-20 เท่าต่อ 1 ตัวแปรสังเกต หรือ ตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับได้จากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 (Hoelter, 1983) จึงจะถือว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 12 ตัวแปร ดังนั้น จึงต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 120 คน เป็นอย่างน้อย และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 300 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ เรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าตารางงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จัดทำแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

3.2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

3.2.2 สร้างแบบสอบถามขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.3 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง เสนอแนะเพิ่มเติม ปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้อ่านแล้วเกิดความเข้าใจง่าย ชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม รวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา ภาษาที่ใช้

จากนั้นนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence หรือ IOC) จากการแทนค่าในสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

(3-1)

กำหนดให้ $\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
 N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือค่า IOC ต้องมากกว่า 0.50 ($IOC > 0.50$) จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) และมีการปรับข้อคำถามให้สอดคล้องตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ จากนั้นจึงให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและให้ความเห็นชอบอีกครั้ง ทั้งนี้ จากการที่ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ผลการตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม มีค่าอยู่ที่ 0.60 - 1.00 รวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา ภาษาที่ใช้แล้ว พบว่าข้อคำถามส่วนใหญ่มีค่าความสอดคล้องของเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามเหล่านั้นมีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญมาทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ด้านทัศนคติ (Attitude) เท่ากับ 0.94 ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) เท่ากับ 0.93 ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention) เท่ากับ 0.93 และด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior) เท่ากับ 0.92 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

3.2.6 นำแบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขโดยสมบูรณ์แล้วจึงนำมาใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยในแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยเนื้อหาแต่ละส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรอง

ลักษณะของข้อคำถามเป็นการสอบถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ท่านติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช หรือไม่ และสถานที่พักอาศัย จำนวนทั้งสิ้น 2 ข้อ

ข้อที่ 1 ท่านติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชหรือไม่

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 สถานที่พักอาศัย

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะของข้อคำถามเป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อ

ข้อที่ 1 เพศ

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 อาชีพ

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

ลักษณะของคำถามเป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย จำนวน 12 ข้อ จำแนกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านทัศนคติ (Attitude) จำนวน 3 ข้อ
- 2) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) จำนวน 3 ข้อ
- 3) ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention) จำนวน 3 ข้อ
- 4) ด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior) จำนวน 3 ข้อ

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยส่วนที่ 3 นั้น ผู้วิจัยกำหนดให้มีลักษณะการตอบเป็นแบบระดับความคิดเห็น โดยคำตอบเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 7 ระดับ ซึ่งกำหนดให้ความหมายของแต่ละระดับไว้ดังนี้

ระดับ 7	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
ระดับ 6	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับมาก
ระดับ 5	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างมาก
ระดับ 4	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
ระดับ 3	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างน้อย
ระดับ 2	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

สรุปการแปลความหมายของเกณฑ์การให้คะแนนตอนที่ 3

ค่าเฉลี่ย 6.51-7.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 5.51-6.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.51-5.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างมาก
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จากผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และพักอาศัยในประเทศไทย โดยมี ข้อคำถามคัดกรองจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ 1) ท่านติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช หรือไม่ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่เคย ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูล มาวิเคราะห์ และ 2) สถานที่พักอาศัย ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าพักอาศัยต่างประเทศ ผู้วิจัย จะไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยเก็บข้อมูลจากการแบ่งปันลิงก์ URL ของแบบสอบถามออนไลน์ ในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2566 มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 คน หลังจากนั้นผู้วิจัย ได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน นำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสถิติเชิงบรรยายในการบรรยายข้อมูลและใช้หลักการสถิติ เชิงอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงบรรยายของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูล เพื่ออธิบาย ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

3.4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร หางานาคอิทธิพล และทิศทางว่าเป็นอย่างไรจาก แนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างรูปแบบ สมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติ $CMIN/df$ น้อยกว่า 3.00 ค่า GFI, AGFI, CFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่า RMSEA, SRMR น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดล สมการโครงสร้าง (กริช แรงสูงเนิน, 2554) ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืน โมเดล

ลำดับ	ค่าสถิติ / ค่าดัชนี	เกณฑ์การพิจารณา
1	Probability	> 0.05

ตารางที่ 3.1 ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนโมเดล (ต่อ)

ลำดับ	ค่าสถิติ / ค่าดัชนี	เกณฑ์การพิจารณา
2	CMIN/df	< 3.00
3	GFI	≥ 0.90
4	AGFI	≥ 0.90
5	TLI	≥ 0.90
6	CFI	≥ 0.90
7	RMSEA	< 0.08
8	SRMR	< 0.08
9	Hoelter	> 200

สูตรคำนวณค่าสถิติทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืน โมเดล

1) ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) เป็นค่าสถิติการวัดความสอดคล้องโดยพิจารณาความสอดคล้องมากกว่าทดสอบความถูกต้องของโมเดลที่สร้างขึ้นว่ามีความถูกต้องหรือไม่ หากค่าสถิติไค-สแควร์ มีค่าเข้าใกล้ศูนย์แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หาได้จากสูตร (กฤตยาภรณ์ มีเกษ, 2558)

$$\chi^2 = (n - 1)(s - \Sigma) \quad (3-2)$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
s = ค่าความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของข้อมูลเชิงประจักษ์
 Σ = ค่าความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของข้อมูลตามสมมติฐาน

2) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/DF) ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณมากหากใช้เพียงค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ในการทดสอบอาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนและมีแนวโน้มในการที่จะปฏิเสธสมมติฐานได้สูง จึงต้องนำค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์หรือค่า CMIN/DF มาพิจารณาประกอบด้วย โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคือต้องมีค่าน้อยกว่า 2 ยิ่งค่า CMIN/DF มีค่าเข้าใกล้ 0 มากก็จะยิ่งทำให้โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นตามไปด้วย คำนวณได้จากสูตร

$$CMIN/DF = \frac{\chi^2}{df} \quad (3-3)$$

โดยที่ $CMIN/DF < 2$

χ^2 = ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square)

df = ค่าองศาอิสระ

3) ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Goodness-of-Fit Index: GFI) เป็นค่าอัตราส่วนระหว่างฟังก์ชันความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หากค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องมีค่าเข้าใกล้ 1 มาก แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มาก คำนวณได้จากสูตร

$$GFI = 1 - \frac{\chi^2(Default)}{\chi^2(Indep)} \quad (3-4)$$

โดยที่ $0 < GFI < 1$

$\chi^2(Default)$ = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลผู้วิจัย

$\chi^2(Indep)$ = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลอิสระ ตัวแปรทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน

4) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of fit index: AGFI) เป็นการนำค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) มาปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระ โดยปกติแล้วค่า AGFI จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งค่า AGFI ที่ดีและเป็นที่ยอมรับจะต้องมีค่ามากกว่า 0.95 ขึ้นไป คำนวณได้จากสูตร

$$AGFI = 1 - \left[(1 - GFI) \frac{k(k+1)}{2df} \right] \quad (3-5)$$

โดยที่ $0 \leq GFI, AGFI \leq 1$

df = ค่าองศาอิสระ

k = จำนวนพารามิเตอร์ในโมเดล

5) ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมไม่อิงเกณฑ์ (Tucker – Lewis Index: TLI) คำนวณได้จากสูตร

$$TLI = \frac{\frac{\chi^2(Indep)}{df(Indep)} - \frac{\chi^2(Default)}{df(Default)}}{\frac{\chi^2(Indep)}{df(Indep)} - 1} \quad (3-6)$$

โดยที่ $0 < TLI < 1$

χ^2 (Default) = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลผู้วิจัย

χ^2 (Indep) = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลอิสระ ตัวแปรทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน

df = ค่าองศาอิสระ

6) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่เพิ่มขึ้น (Incremental Fit Index: IFI) คำนวณได้จากสูตร

$$IFI = \frac{\chi^2(Indep) - \chi^2(Default)}{\chi^2(Indep) - df(Default)} \quad (3-7)$$

โดยที่ $0 < IFI < 1$

χ^2 (Default) = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลผู้วิจัย

χ^2 (Indep) = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลอิสระ ตัวแปรทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน

df = ค่าองศาอิสระ

7) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) คำนวณได้จากสูตร

$$RMSEA = \sqrt{\frac{\chi^2}{(n-1)df(Default)} + \frac{df(Default)}{(n-1)df(Default)}} \quad (3-8)$$

โดยที่ $RMSEA \leq 0.08$

χ^2 (Default) = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลผู้วิจัย

df = ค่าองศาอิสระ

3.4.3 คำเนิการปรับโมเดลหากโมเดลไม่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.4.4 สรุปผลและอภิปรายผลการวิเคราะห์

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย และเพื่อศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

4.1.1 ผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะตัวแปรในการวิจัย

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร

4.2.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

4.2.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

คำสถิติ

\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
λ	หมายถึง	สัมประสิทธิ์น้ำหนักปัจจัย (Factor Loading)

R^2	หมายถึง	สัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient Determination)
χ^2	หมายถึง	ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics)
CMIN/DF	หมายถึง	ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index)
AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMSEA	หมายถึง	ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation)
Sk	หมายถึง	ระดับความเอนเอียงหรือความไม่สมมาตรของการแจกแจงของข้อมูล (Skewness)
Ku	หมายถึง	ระดับความสูงโด่งของการแจกแจงของข้อมูล (Kurtosis)
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
***	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001
**	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

4.1.1 ผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

หลังจากที่ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยวิธีการแชร์แบบสอบถามออนไลน์ให้ผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และพักอาศัยอยู่ในประเทศไทย ได้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 350 ฉบับ และได้คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 300 ฉบับ และเมื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้วสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช หรือไม่		
- ติดตาม	300	100.00
- ไม่ติดตาม (จบแบบสอบถาม)	0	0
รวม	300	100.00
สถานที่พักอาศัย		
- ภาคกลาง	174	58.00
- ภาคเหนือ	23	7.70
- ภาคตะวันออก	25	8.30
- ภาคใต้	19	6.30
- ภาคตะวันตก	22	7.30
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	37	12.30
- ต่างประเทศ (จบแบบสอบถาม)	0	0
รวม	300	100.00
เพศ		
- ชาย	131	43.70
- หญิง	156	52.00
- เพศทางเลือก	13	4.30
รวม	300	100.00
อายุ		
- 20-30 ปี	122	40.70
- 31-41 ปี	77	25.70
- 42-52 ปี	66	22.00
- มากกว่า 53 ปี ขึ้นไป	35	11.60
รวม	300	100.00

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	49	16.30
- ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	169	56.30
- สูงกว่าปริญญาตรี	82	27.30
รวม	300	100.00
อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา	43	14.30
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	95	31.70
- พนักงานบริษัทเอกชน	68	22.70
- เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	59	19.70
- นักวิจัย/นักวิชาการ	16	5.30
- อื่นๆ	19	6.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และพักอาศัยอยู่ในประเทศไทย จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 411 คน พบว่า ในด้านสถานที่พักอาศัยพักอาศัยในภาคกลางมากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.70 รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 และน้อยที่สุดคือ ภาคใต้ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ในด้านอายุ ช่วงอายุที่มากที่สุดคือ 20-30 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 รองลงมาคือ 42-52 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และน้อยที่สุดคือมากกว่า 53 ปีขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 ในด้านระดับการศึกษา ที่มากที่สุดคือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 และน้อยที่สุดคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 คน ในด้านอาชีพที่มากที่สุดคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน

จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.70 และน้อยที่สุดคือนักวิจัย/นักวิชาการ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะตัวแปรในการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ลักษณะตัวแปรในการวิจัยของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่งและความหมายของข้อคำถามในแต่ละข้อ แต่ละด้าน ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านทัศนคติ (Attitude)
- 2) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)
- 3) ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention)
- 4) ด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior)

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านทัศนคติ

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช	5.80	1.18	มาก	-1.04	1.40	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	5.86	1.20	มาก	- 1.02	0.89	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. ท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	5.87	1.15	มาก	- 1.18	1.82	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	5.84	1.05	มาก	- 1.40	3.0	มีการแจกแจงแบบปกติ

จากตารางที่ 4.2 ปรากฏว่า ด้านทัศนคติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.84 หรือในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 3. ท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 5.87 หรือในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อที่ 2. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.86 หรือในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อที่ 1. ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.80 หรือในระดับมากและมีค่าของความเบ้อยู่ระหว่าง - 1.18 ถึง -1.04 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 0.89 ถึง 1.82 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านการคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิง

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. ท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	5.29	1.23	มาก	- 0.43	0.27	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	5.36	1.25	มาก	- 0.68	0.98	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. ท่านคิดว่าคนรู้จักมีส่วนทำให้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	5.44	1.24	มาก	- 0.83	1.26	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	5.36	1.08	มาก	- 1.04	2.05	มีการแจกแจงแบบปกติ

จากตารางที่ 4.3 ปรากฏว่า ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.36 หรือในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 3. ท่านคิดว่าคนรู้จักมีส่วนทำให้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 5.44 หรือในระดับมาก รองลงมาคือ ข้อที่ 2. ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.36 หรือในระดับมาก

และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อที่ 1. ท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.29 หรือในระดับมากและมีค่าของความเบ้อยู่ระหว่าง -1.55 ถึง -0.83 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 0.27 ถึง 1.26 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านความตั้งใจติดตาม

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. ท่านจะติดตามคอนเทนต์บทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ	5.82	1.14	มาก	-0.83	0.33	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ท่านจะติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น	5.84	1.16	มาก	-1.12	1.63	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. ท่านจะติดตามคอนเทนต์คลิปวิดีโอ สัตว์ป่า บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ	5.91	1.16	มาก	-1.20	1.83	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	5.85	1.02	มาก	-1.31	2.44	มีการแจกแจงแบบปกติ

จากตารางที่ 4.4 ปรากฏว่า ด้านความตั้งใจติดตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.85 หรือในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 3. ท่านจะติดตามคอนเทนต์คลิปวิดีโอสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 5.91 หรือในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อที่ 2. ท่านจะติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.84 หรือในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ย

น้อยที่สุดคือ ข้อที่ 1. ท่านจะติดตามคอนเทนต์บทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.82 หรือในระดับมากและมีค่าของความเบ้อยู่ระหว่าง - 1.20 ถึง - 0.83 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 0.33 ถึง 1.83 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านพฤติกรรม การติดตาม

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืชเช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นประจำ	5.71	1.18	มาก	- 1.02	1.70	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ท่านต้องการติดตามภาพสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ	5.92	1.12	มาก	- 1.26	2.15	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. ท่านต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ	5.81	1.18	มาก	- 0.89	0.49	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	5.81	1.02	มาก	- 1.40	3.05	มีการแจกแจงแบบปกติ

จากตารางที่ 4.5 ปรากฏว่า ด้านพฤติกรรมการติดตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.81 หรือในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 2. ท่านต้องการติดตามภาพสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 5.92 หรือในระดับมาก รองลงมาคือ ข้อที่ 3. ท่านต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.81 หรือในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อที่ 1. ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นประจำ

ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.71 หรือในระดับมากและมีค่าของความเบ้อยู่ระหว่าง -1.26 ถึง -0.89 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 0.49 ถึง 2.15 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุจะทำให้ทราบถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้แต่ละคู่ใน โมเดลสมมติฐาน มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังนี้



ตารางที่ 4.6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

Correlations												
	AT1	AT2	AT3	SN1	SN2	SN3	IT1	IT2	IT3	BH1	BH2	BH3
AT1	1											
AT2	.720**	1										
AT3	.707**	.668**	1									
SN1	.472**	.507**	.523**	1								
SN2	.471**	.452**	.520**	.683**	1							
SN3	.480**	.419**	.508**	.597**	.648**	1						
IT1	.639**	.588**	.608**	.438**	.420**	.437**	1					
IT2	.668**	.640**	.672**	.493**	.460**	.503**	.711**	1				
IT3	.638**	.582**	.571**	.381**	.402**	.432**	.629**	.689**	1			
BH1	.624**	.578**	.618**	.513**	.513**	.504**	.633**	.637**	.595**	1		
BH2	.635**	.621**	.603**	.417**	.423**	.453**	.607**	.662**	.645**	.696**	1	
BH3	.637**	.588**	.650**	.458**	.436**	.493**	.642**	.669**	.587**	.639**	.645**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4.6 เป็นผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ใน โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย จำนวน 12 ตัวแปรโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของตัวแปรจำนวน 66 คู่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ที่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 66 คู่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกจำนวน 66 คู่ และไม่มีความสัมพันธ์ทางลบ คู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดมี 1 คู่ คือ 1. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT2) และท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.72 รองลงมา มี 1 คู่ คือ 1. ท่านจะติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น (IT2) และท่านจะติดตามคอนเทนต์บทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ (IT1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.71 และต่ำที่สุดมี 1 คู่ คือ ท่านจะติดตามคอนเทนต์คลิปวิดีโอสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ (IT3) และท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.38

4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร

ผลจากการวิเคราะห์การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและ โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยการทดสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ ดังที่ปรากฏในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้

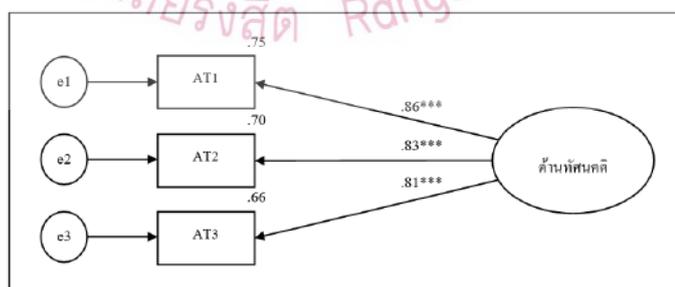
ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	คำอธิบาย
ด้านทัศนคติ (AT)	AT1	ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
	AT2	ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
	AT3	ท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN)	SN1	ท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
	SN2	ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
	SN3	ท่านคิดว่าคุณรู้จักมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
ด้านความตั้งใจติดตาม (IT)	IT1	ท่านจะติดตามคอนเทนต์บทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ
	IT2	ท่านจะติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น
	IT3	ท่านจะติดตามคอนเทนต์คลิปวิดีโอสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ

ตารางที่ 4.7 ตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	คำอธิบาย
ด้านพฤติกรรมการติดตาม (BH)	BH1	ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นประจำ
	BH2	ท่าน ต้องการ ติดตาม ภาพ สัตว์ป่า บน เพจ เฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ
	BH3	ท่านต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ

4.2.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

โมเดลวัดที่ 1 ด้านทัศนคติ (Attitude) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1. ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT1) 2. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT2) 3. ท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT3) ดังรูปที่ 4.1



*** $p < 0.001$, CMIN/df=0.40, P-Value= 0.52, CFI= 1.00, GFI= 0.99

AGFI= 0.99, TLI= 1.00, RMSEA= 0.00, SRMR= 0.00

รูปที่ 4.1 โมเดลวัดอิทธิพลด้านทัศนคติ

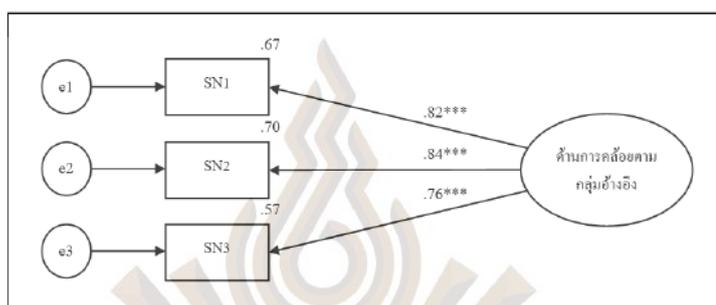
จากรูปที่ 4.1 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ค่าสถิติ CMIN/df เท่ากับ 0.40 ค่า GFI เท่ากับ 1.00 ค่า AGFI เท่ากับ 0.99 ค่า SRMR เท่ากับ 0.01 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.00 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านทัศนคติ

ตารางที่ 4.8 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านทัศนคติ

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านทัศนคติ (AT)	1. ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	0.86	0.75
	2. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่า ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	0.83	0.70
	3. ท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่ โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	0.81	0.66

จากตารางที่ 4.8 ตัวแปรแฝงด้านทัศนคติ (Attitude) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร 1. ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT1) 2. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT2) 3. ท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่ โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.81 ถึง 0.86 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.75 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.83 และท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่ โพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.81 ตามลำดับ

โมเดลวัดที่ 2 ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN1) ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN2) ท่านคิดว่าคนรู้จักมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN3) ดังรูปที่ 4.2



*** $p < 0.001$, CMIN/df=1.74, P-Value= 0.18, CFI= 0.99, GFI= 0.99

AGFI= 0.97, TLI= 0.99, RMSEA= 0.05, SRMR= 0.01

รูปที่ 4.2 โมเดลวัดอิทธิพลด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

จากรูปที่ 4.2 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าสถิติ CMIN/df เท่ากับ 1.74 ค่า GFI เท่ากับ 0.99 ค่า AGFI เท่ากับ 0.97 ค่า SRMR เท่ากับ 0.01 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.05 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

ตารางที่ 4.9 นำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

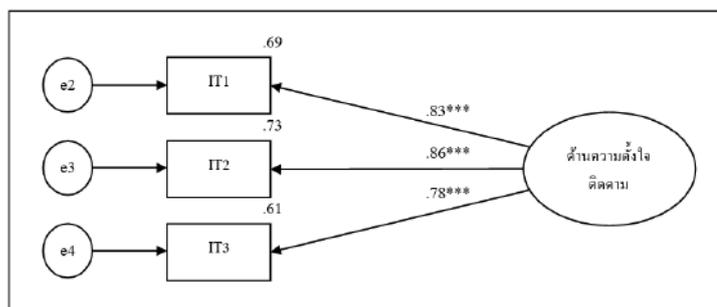
ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านการคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิง (SN)	1. ท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	0.82	0.67
	2. ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	0.84	0.70

ตารางที่ 4.9 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
	3. ท่านคิดว่าคนรู้จักมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	0.76	0.57

จากตารางที่ 4.9 ตัวแปรแฝงด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร 1. ท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN1) 2. ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN2) 3. ท่านคิดว่าคนรู้จักมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.76 ถึง 0.84 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.57 ถึง 0.70 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.84 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.82 และ ท่านคิดว่าคนรู้จักมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.76 ตามลำดับ

โมเดลวัดที่ 3 ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ท่านจะติดตามคอนเทนต์บทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ (IT1) ท่านจะติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น (IT2) ท่านจะติดตามคอนเทนต์คลิปวิดีโอ สัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ (IT3) ดังรูปที่ 4.3



*** $p < 0.001$, CMIN/df= 2.62, P-Value= 0.10 CFI= 0.99, GFI= 0.99

AGFI= 0.96, TLI= 0.98, RMSEA= 0.07, SRMR= 0.01

รูปที่ 4.3 โมเดลวัดอิทธิพลด้านความตั้งใจติดตาม

จากรูปที่ 4.3 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าสถิติ CMIN/df เท่ากับ 2.62 ค่า GFI เท่ากับ 0.99 ค่า AGFI เท่ากับ 0.96 ค่า SRMR เท่ากับ 0.01 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.07 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 5 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านความตั้งใจติดตาม

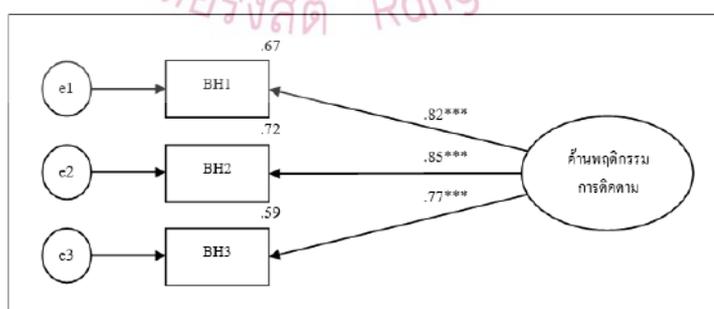
ตารางที่ 4.10 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านความตั้งใจติดตาม

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านความตั้งใจติดตาม (IT)	1. ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ	0.83	0.69
	2. ท่านต้องการติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยว บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ	0.86	0.73
	3. ท่านต้องการติดตามคลิปวิดีโอสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	0.78	0.61

จากตารางที่ 4.10 ตัวแปรแฝงด้านความตั้งใจติดตาม (Intention) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร 1. ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ (IT1) 2. ท่าน

ต้องการติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ (IT2) 3. ท่านต้องการติดตามคลิปวิดีโอสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ (IT3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.78 ถึง 0.86 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.61 ถึง 0.73 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อยได้แก่ ท่านต้องการติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.83 และท่านต้องการติดตามคลิปวิดีโอสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.78 ตามลำดับ

โมเดลวัดที่ 4 ด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นประจำ (BH1) ท่านต้องการติดตามภาพสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ (BH2) ท่านต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ (BH3) ดังรูปที่ 4.4



*** $p < 0.001$, CMIN/df= 0.26, P-Value= 0.60, CFI= 0.99, GFI= 1.00

AGFI= 0.99, TLI= 1.00, RMSEA= 0.00, SRMR= 0.00

รูปที่ 4.4 โมเดลวัดอิทธิพลด้านพฤติกรรมการติดตาม

จากรูปที่ 4.4 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าสถิติ CMIN/df เท่ากับ 0.26 ค่า GFI เท่ากับ 0.99 ค่า AGFI เท่ากับ 0.99 ค่า SRMR เท่ากับ 0.00 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.00 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านพฤติกรรม การติดตาม

ตารางที่ 4.11 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านพฤติกรรมติดตาม

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านพฤติกรรม การติดตาม (BH)	1. ท่าน ต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นประจำ	0.82	0.67
	2. ท่าน ต้องการติดตามภาพสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ	0.85	0.72
	3. ท่าน ต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ	0.77	0.59

จากตารางที่ 4.11 ตัวแปรแฝงด้านพฤติกรรมติดตาม (Behavior) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร 1. ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นประจำ (BH1) 2. ท่านต้องการติดตามภาพสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ (BH2) 3. ท่านต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ (BH3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.77 ถึง 0.85 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.59 ถึง 0.72 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านต้องการติดตามภาพสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.85 รองลงมาคือ ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นประจำ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ

0.82 และ ท่านต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.77 ตามลำดับ

4.2.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

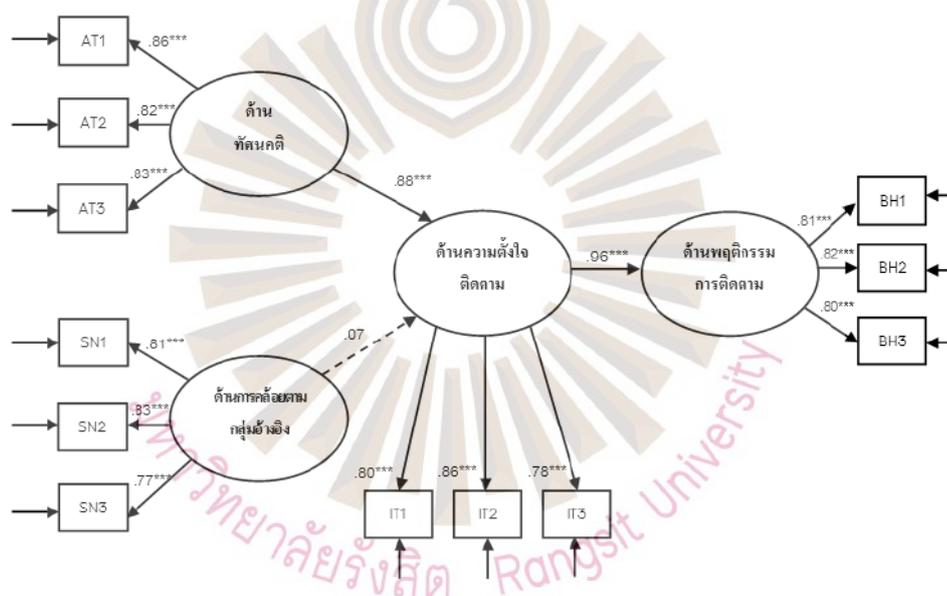
เมื่อพิจารณาผลจากการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการโครงสร้างเชิงเส้นเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยการทดสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) ของการประมาณค่าพารามิเตอร์แบบ Maximum Likelihood (ML) ควรมีค่า P-Value มากกว่า 0.05 ดังนั้นควรพิจารณาค่าสถิติไค-สแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/DF) ทดแทน (Wheaton, Muthén, Alwin, & Summers, 1977) และใช้ค่าสถิติอื่น ๆ ประกอบการพิจารณาเช่น RMR GFI AGFI และ PGFI (Hu & Bentler, 1995) สำหรับการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ในงานวิจัยนี้ ได้ค่า P-Value เท่ากับ 0.45 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบค่าสถิติ Chi-square เท่ากับ 68.08 กับองศาอิสระ เท่ากับ 50 ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.36 ค่า GFI เท่ากับ 0.96 ค่า AGFI เท่ากับ 0.94 ค่า SRMR เท่ากับ 0.02 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.03 สรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นอย่างดี (กรีซ แรงสูงเนิน, 2554) ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่าสถิติความสอดคล้องจากการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	การพิจารณา
CMIN/df	< 3.00	1.36	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.96	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.94	ผ่านเกณฑ์
TLI	≥ 0.90	0.99	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	0.96	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.03	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.02	ผ่านเกณฑ์
HOELTER	> 200	200	ผ่านเกณฑ์

จากผลการวิเคราะห์ค่าสถิติตามตารางที่ 4.12 นั้นหมายถึง โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงไม่จำเป็นต้องทำการปรับแต่ง โมเดลเพื่อให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และจากตารางที่ 4.12 สามารถอธิบายได้ว่า

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความกลมกลืนของ โมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะเห็นได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) = 68.08, องศาอิสระ(DF) = 50, CMIN/df = 1.36, GFI = 0.96, AGFI = 0.94, SRMR = 0.02 และ RMSEA = 0.03 มีค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของสัมประสิทธิ์เส้นทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001 ข้อมูลมีความสอดคล้องกัน ดังรูปที่ 4.5



รูปที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย พบว่าปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านความตั้งใจติดตามมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.96 อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .001 และปัจจัยด้านความตั้งใจติดตามได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากปัจจัยด้านทัศนคติมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.88 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001



ตารางที่ 4.13 แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์
กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

ตัวแปรแฝงภายนอก	ตัวแปรแฝงภายใน					
	ด้านความตั้งใจติดตาม			ด้านพฤติกรรมการติดตาม		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ด้านทัศนคติ	0.88***	-	0.88***	-	0.84***	0.84***
ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.07	-	0.07	-	0.06	0.06
ด้านความตั้งใจติดตาม	-	-	-	0.96***	-	0.96***
ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R ²)		0.86			0.93	

หมายเหตุ *** $p \leq .001$, * $p \leq .05$ DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = อิทธิพลรวม

จากตารางที่ 4.13 พบว่าปัจจัยด้านความพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์
กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากปัจจัยด้านความตั้งใจ
ติดตามมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.96 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และได้รับอิทธิพล
ทางอ้อมมากที่สุดจากปัจจัยด้านทัศนคติ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.84 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .001 และปัจจัยด้านความตั้งใจติดตามได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากปัจจัยด้านทัศนคติ
มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.88 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001



บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย และเพื่อศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอการสรุปผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และพักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 452,365 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ.2566) กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และพักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 300 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่าง แบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์ โมเดล ความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural- Models with Latent Variable) Kline (2016) ได้เสนอไว้ว่าขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรอยู่ในอัตราส่วน 10-20 ต่อ 1 ตัวแปร และตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับได้จากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาครั้งนี้ มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 12 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 120 คน เป็นอย่างน้อย และ เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 300 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรอง ได้แก่ ท่านติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช หรือไม่ และสถานที่พักอาศัย จำนวน 2 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทัศนคติ 2) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3) ด้านความตั้งใจติดตาม และ 4) ด้านพฤติกรรมการติดตาม จำนวน 12 ข้อ จากนั้นจึงได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหาและตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา ภาษาที่ใช้ พบว่าข้อคำถามทั้งหมดมีค่าความสอดคล้องของข้อคำถามตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นจึงนำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นด้านทัศนคติเท่ากับ 0.94 ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เท่ากับ 0.93 ด้านความตั้งใจติดตาม เท่ากับ 0.93 และด้านพฤติกรรมการติดตาม เท่ากับ 0.92 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

5.1.1 ผลการพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย

5.1.1.1 ผลการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย พบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 4 ตัวแปร ดังนี้ 1. ด้านทัศนคติ 2. ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3. ด้านความตั้งใจติดตาม และ 4. ด้านพฤติกรรมการติดตาม

5.1.1.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย พบว่าโมเดลสมมติฐานการวิจัยมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีรายละเอียดค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้ ค่าสถิติทดสอบค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics : χ^2) ของการประมาณค่าพารามิเตอร์แบบ (Maximum likelihood: ML)

ควรมีค่า P-Value มากกว่า 0.05 แต่ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่จะทำให้ค่า P-Value ที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 0.45 (Jöreskog, 1993)

ดังนั้นควรพิจารณาค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics : χ^2) (CMIN/DF) ทดแทนและใช้ค่าสถิติอื่น ๆ ประกอบการพิจารณา เช่น RMR GFI AGFI และ PGFI (Hu & Bentler, 1995) สำหรับการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics : χ^2) ในงานวิจัยนี้ได้ค่า (P) เท่ากับ 0.00 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ การใช้ค่าสถิติอื่น ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

1) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.36 จากเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่าน้อยกว่า 2 เมื่อทำการทดสอบแล้วสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.96 จากเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 ขึ้นไป เมื่อทำการทดสอบแล้ว ค่า GFI มีค่าเข้าใกล้ 1 สรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (AGFI) เท่ากับ 0.94 จากเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 ขึ้นไปเมื่อทำการทดสอบแล้วค่า AGIF มีค่าเข้าใกล้ 1 สรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4) ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.04 จากเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.03 เมื่อทำการทดสอบแล้วสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

5.1.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.2.1 ตัวแปรแฝงด้านทัศนคติ (Attitude) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร 1. ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT1) 2. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT2) 3. ท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (AT3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.81 ถึง 0.86 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของ

ตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.75 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.83 และท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.81 ตามลำดับ

5.1.2.2 ตัวแปรแฝงด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร 1. ท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN1) 2. ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN2) 3. ท่านคิดว่าคนรู้จักมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (SN3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.76 ถึง 0.84 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.57 ถึง 0.70 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.84 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าเพื่อนสนิทมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.82 และท่านคิดว่าคนรู้จักมีส่วนทำให้กอดติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.76 ตามลำดับ

5.1.2.3 ตัวแปรแฝงด้านความตั้งใจติดตาม (Intention) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร 1. ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ (IT1) 2. ท่านต้องการติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ (IT2) 3. ท่านต้องการติดตามคลิปวิดีโอสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ (IT3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.78 ถึง 0.86 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.61 ถึง 0.73 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านต้องการติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.83 และท่านต้องการติดตามคลิปวิดีโอสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.78 ตามลำดับ

5.1.2.4 ตัวแปรแฝงด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร 1. ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นประจำ (BH1) 2. ท่านต้องการติดตามภาพสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ (BH2) 3. ท่านต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ (BH3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.77 ถึง 0.85 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.59 ถึง 0.72 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านต้องการติดตามภาพสัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.85 รองลงมาคือ ท่านต้องการติดตามบทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นประจำ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.82 และ ท่านต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.77 ตามลำดับ

5.1.3 ผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย ได้การวัดภาพรวมของตัวแปรภายนอก และตัวแปรภายใน โดยการวัดขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรใน โมเดล มีค่าขนาดอิทธิพลทางตรง (Direct Effects) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects) และอิทธิพลรวม (Total Effects) ดังนี้

1) โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย พบว่าปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านความตั้งใจติดตามมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.96 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และปัจจัยด้านความตั้งใจติดตามได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากปัจจัยด้านทัศนคติมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.88 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

2) ปัจจัยด้านความพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากปัจจัยด้านความตั้งใจติดตาม มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.96 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากปัจจัยด้านทัศนคติ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.84 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และปัจจัยด้านความตั้งใจติดตามได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากปัจจัยด้านทัศนคติ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.88 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

5.2.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 1 เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

5.2.1.1 ผลการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย พบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 4 ตัวแปร ดังนี้ 1. ด้านทัศนคติ 2. ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3. ด้านความตั้งใจติดตาม และ 4. ด้านพฤติกรรมการติดตาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pham et al. (2021) ศึกษาเรื่อง Study on Influences of Data Security Risk Perception on the Behaviour of Sharing Information on Social Media by Residents of Metropolitan Areas in Northern Vietnam พบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุประกอบด้วย 4 ตัวแปร คือ 1. ด้านทัศนคติ

(Attitude) 2. ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) 3. ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention) และ 4. ด้านพฤติกรรมติดตาม (Behavior)

5.2.1.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 68.08, ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.36, ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 50, ค่า GFI เท่ากับ 0.96, ค่า AGFI เท่ากับ 0.94, ค่า SRMR เท่ากับ 0.02, ค่า RMSEA เท่ากับ 0.03 จากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้ อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างรูปแบบ สมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติ CMIN/DF น้อยกว่า 3.00 ค่า GFI, AGFI, CFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่า RMSEA, SRMR น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (กริช แรงสูงเนิน, 2554) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.93 แสดงว่าตัวแปร ในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้ร้อยละ 93 ด้านทัศนคติ ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านความตั้งใจติดตาม และด้านพฤติกรรมติดตาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pham et al. (2021)

5.2.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

5.2.2.1 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความตั้งใจติดตาม เนื่องจากผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก ชื่นชอบคอนเทนต์บทความแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเสมอ และติดตามคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ อีกทั้งยังรับชมคอนเทนต์คลิปวิดีโอสัตว์ป่า อยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสกสรร สายสีสด, ชัยรัช กุประดิษฐ์ และศรินรัตน์ สงสนันท์ (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและความพึงพอใจต่อข่าวสารไวรัส โควิด-19 ระบาด ของประชาชนในเขตตำบลนาดี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่าความตั้งใจในการติดตามข่าวสารส่งผลต่อพฤติกรรมการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับไวรัส โควิด-19 ของประชาชนตำบลนาดี นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุมาลย์ ปานคำ และภรณ์พัชร เนาวรัตน์ธนากร (2565) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน พบว่าความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการ

กำกับกิจการพลังงาน ดังนั้น เพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ควรทำคอนเทนต์บทความแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเสมอ และทำคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ อีกทั้งยังทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอสัตว์ป่าอยู่เสมอ เพื่อส่งผลให้เกิดพฤติกรรมติดตาม

5.2.2.2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยด้านทัศนคติ เนื่องจากผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กรู้สึกเพลิดเพลินกับการนำเสนอรูปภาพสัตว์ป่า อีกทั้งการนำเสนอข่าวสารให้ผู้ติดตามเกิดความรู้สึกดีและประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดารัตน์ โคลานวัตร, วิชาศ ดวงกำเนิด และศุภโชค สิทธิโชค (2565) ได้ศึกษาพฤติกรรมการชดเชยคาร์บอนของผู้โดยสารชาวไทยเป็นผลมาจากความรู้โดยมีทัศนคติเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่าทัศนคติต่อการชดเชยคาร์บอนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และพฤติกรรมการชดเชยคาร์บอนของผู้โดยสารชาวไทย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวรรยา สิริภคมงคล (2566) ได้ศึกษาความรอบรู้โรคเบาหวานและความดันโลหิตสูง และพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุ เขตภาคกลางตอนบน ประเทศไทย พบว่าทัศนคติมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุ ดังนั้น เพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ควรคำนึงถึงการทำคอนเทนต์และการนำเสนอรูปภาพสัตว์ป่า อีกทั้งการนำเสนอข่าวสารให้ผู้ติดตามเกิดความรู้สึกดี และประทับใจเพื่อส่งผลให้เกิดพฤติกรรมติดตาม

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

5.3.1.1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความตั้งใจติดตามเป็นปัจจัยที่มีผลทางตรงต่อพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชมากที่สุด ดังนั้น เพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ควรทำคอนเทนต์บทความแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเสมอ และทำคอนเทนต์ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ อีกทั้งยังทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอสัตว์ป่าอยู่เสมอเพื่อส่งผลให้เกิดพฤติกรรมติดตาม

5.3.1.2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเป็นปัจจัยที่มีผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชมากที่สุด ดังนั้นเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ควรทำคอนเทนต์ และนำเสนอรูปภาพสัตว์ป่า อีกทั้งการนำเสนอข่าวสารให้ผู้ติดตามเกิดความรูสึกดีและประทับใจ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

งานวิจัยนี้ได้ค้นพบองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่มีสื่อในหลากหลายช่องทางโดยควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความตั้งใจติดตาม ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากที่ปรากฏในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกเปิดรับปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านการตอบสนอง เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด
ยูเคชั่น
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ :สามลดา
กฤติยาภรณ์ มีเกษ. (2558). การศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการผลิตงานวิจัยของอาจารย์
มหาวิทยาลัยรังสิตในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและที่เกี่ยวข้อง. *วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยรัตนนคร*, 4(2), 8-17 สืบค้นจาก [https://opacdb02.dpu.ac.th/
cgi-bin/
koha/opac-detail.pl?biblionumber=161376](https://opacdb02.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=161376)
- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2563). *โลกยุคปัจจุบันเป็นยุคสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคน
แทบทุกสังคม*. สืบค้น 30 ธันวาคม 2566, จาก [https://www.cad.go.th/ewtadmin/ewt/
research dev/ewtdl link.php?nid=111](https://www.cad.go.th/ewtadmin/ewt/researchdev/ewtdl/link.php?nid=111)
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. (2566). *บทบาทภารกิจ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า
และพันธุ์พืช*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2566, จาก <https://catalog.dnp.go.th/organization/about/dnp>
- ณัฐพงษ์ กงมิ่ง, และสุวารี นามวงศ์. (2556). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อการ
จัดการปัญหาขยะใน เขตอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการ
การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 9(2), 1-14 สืบค้น จาก [https://so02.tci-
thaijo.org/
index.php/jitt/ article/view/31337/26930](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/31337/26930)
- ณัฐพันธ์ เภาพันธ์. (2551). *ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทาง
เว็บไซต์* (Master's thesis). สืบค้นจาก [https://dspace.spu.ac.th/items/7de35005-9b98-4aa1-
8e8b-92e688a26238](https://dspace.spu.ac.th/items/7de35005-9b98-4aa1-8e8b-92e688a26238)
- ณัญญา ชมบริสุทธิ์ และปาลิดา ศรีสรกำพล. (2562). พฤติกรรมการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบน
เฟซบุ๊กข่าวสาร ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 16(73),
สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/SNGSJ/article/view/112006/138639>
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช
จำกัด

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: บิซซิเนส อาร์แอนคี้ดี
- นภวรรณ ฐานะกาญจน์พงษ์เขียว และจิราภรณ์ เทียมพันธ์พงศ์. (2561). พฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มาเยือนอุทยานแห่งชาติปางสีดา. *วารสารวิชาการ Veridian E –Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลป* ๑๖, 11(1), 1707-1720 สืบค้นจาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/120123/93469>
- บุรฉัตร จันทร์แดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร, และสัญญา เคนาภูมิ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม. *วารสารวิชาการธรรมศาสตร์*, 19(2), 235-244 สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/dhammathas/article/download/157222/158461/>
- พันธิชา ชุศรีโสม และณัฏฐ์ชูดา วิจิตรจามรี. (2555, ธันวาคม). การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารและความพึงพอใจในการสื่อสารของข้าราชการทหาร กรมการทหารสื่อสารกองทัพบก. การประชุมวิชาการแห่งชาติมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, นครปฐม.
- พัชรี ดวงจันทร์. (2550). ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการป้องกันโรคอ้วนและดัชนีมวลกายในเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสาธิตกรุงเทพมหานคร (Master's thesis). สืบค้นจาก <http://bsris.swu.ac.th/thesis/48299060004RB901.pdf>
- รุ่งนภา บุญคุ้ม. (2536). ทักษะคิดของพัฒนาการก่อนโยบายการจัดตั้งศูนย์สาธิตตลาด : ศึกษา กรณีช่วยเหลือทางวิชาการสังคมชุมชนเขตที่ 3 (Master's thesis). สืบค้นจาก ศูนย์ข้อมูลการวิจัย Digital (วช.).
- ศรัญญา คณิตประเสริฐ. (2543). ทักษะคิด บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะใช้คอมพิวเตอร์ในงานบริการสุขภาพของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหนองคาย (Master's thesis). สืบค้นจาก <http://cmuir.cmu.ac.th/jspui/handle/6653943832/29927>
- สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook). สืบค้น 22 ตุลาคม 2566, จาก <https://borc.anamai.moph.go.th/webupload/24xe82d9421a764bd38b31a4171c44f37a6/filecenter/KPI64/F1/Level1/F1-1-15.pdf>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุวรรณ ภาศิไวย, นภวรรณ ฐานะกาญจน์พงษ์เขียว, และสันต์ เกตุประณีต. (2565). พฤติกรรมการอนุรักษ์ของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมค่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในอุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน. *วารสารวนศาสตร์*, 30(1), 23-33 สืบค้นจาก <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/tjfi/article/view/255674>
- สุมามาลย์ ปานคำ และภรณ์พัชร เนาวรัตน์ธนากร. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 1010-1025 สืบค้นจาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/258161
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภามิต. (2536). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุदारณ ชันชมิตร. (2538). *พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติในภาคกลาง (Master's thesis)*. สืบค้นจาก ศูนย์ข้อมูลการวิจัย Digital (วช).
- สุดารัตน์ โตลานูวัตร, วิลาศ ดวงกำเนิด, และศุภโชค สิทธิโชติ. (2565). พฤติกรรมการชดเชยคาร์บอนของผู้โดยสารชาวไทยเป็นผลมาจากความรู้โดยมีทัศนคติเป็นตัวแปรส่งผ่าน. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 19(1), 1-20 สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journalmbsmut/article/view/259603>
- เสกสรร สายสีตด, ชัยรัช กุประดิษฐ์, และศรินรัตน์ ศงสนันท์. (2565). พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและความพึงพอใจต่อข่าวสารไวรัสโควิด-19 ระบาด ของประชาชนในเขตตำบลนาดี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 28(1), 81-91 สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/view/243504>
- สวรรยา สิริภคมงคล. (2566). ความรอบรู้โรคเบาหวานและความดันโลหิตสูง และ พฤติกรรมสุขภาพ ของผู้สูงอายุ เขตภาคกลางตอนบน ประเทศไทย. *วารสารโรคและภัยสุขภาพสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 3 จังหวัดนครสวรรค์*, 17(3), 230-244 สืบค้นจาก <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JDPC3/article/view/265432>

บรรณานุกรม (ต่อ)

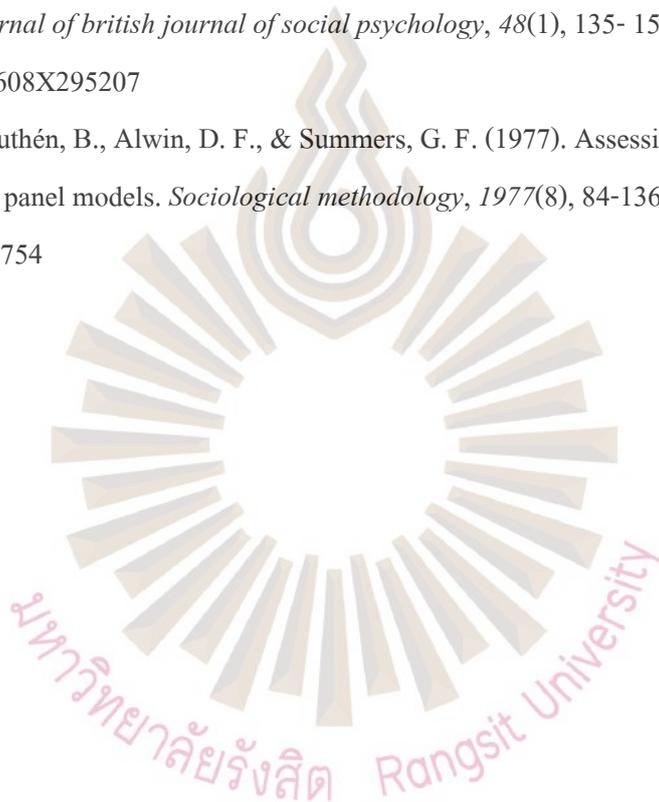
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม)ของประชากรในกรุงเทพมหานคร* (Master's thesis). สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1231>
- วราพจน์ ปานรอด และ ณัฐภัทร นิระภัย. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจให้นำ้ประปาของการประปาส่วนภูมิภาคกรณีศึกษาลูกค้าในอนาคตพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง* (Master's thesis). สืบค้นจาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/12571>
- Allport, G. W. (1968). *Reading in attitude theory and measurement*. New York: John Welley & Sons.
Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001316446802800336>
- Alam, S. S. & Sayuti, N. M. (2011). *Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/254188797>. Applying the Theory of Planned Behavior TPB in halal food purchasing.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Performance and Human Processes*, 50, 179-211. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/272790646> The Theory of Planned Behavior
- Coon, D., & Mitterer, J. (2013). *Introduction to psychology: Gateways to mind and behavior* (13th ed.). Singapore: Wadsworth Learning. Retrieved from <https://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT191172.pdf>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hoelter, J.W. (1983). The analysis of covariance structures Goodness-of-fit indices. *Sociological Methods and Research*, 11(3), 325-344.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1995). Evaluating model fit. In R. H. Hoyle (Ed.). *Structural equation modeling : Concepts, issue, and applications* (pp.76-99). CA.: Sage.
- Jöreskog, K G., & Sörbom, D. (1993) *LISREL 8: Structure equation with the SIMPLIS command language*. Chicago, IL: Scientific Software International.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kline, R.B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3rd ed.). New York: The Guilford Press.
- Kelman, H. C. (1974). *Social influence and linkages between the individual and the social system: Further thoughts on the processes of compliance, identification, and internalization*. Chicago: Aldine.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Kendallville: Pearson.
- Kline, R.B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th edition). New York: The Guilford Press.
- Kim, S., & Thorndike Pysarchik, D. (2000). *Predicting purchase intentions for uni-national and bi-national products*. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28(6), 280-291. doi:10.1108/09590550010328544
- Lee, S., Jeong, E., & Qu, K. (2019). Exploring Theme Park Visitors' Experience on Satisfaction and Revisit Intention: A Utilization of Experience Economy Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(4), 474-497. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1691702>
- Pham, V.T., Ngan, N.K., Ngan, T.T.T., Huy, D.T.N., Ngoc, N.P., Linh, L.T., & Thu, P.A. (2021). Study on Influences of Data Security Risk Perception on the Behaviour of Sharing Information on Social Media by Residents of Metropolitan Areas in Northern Vietnam. *Suntext rev econ bus*, 2(2), 129. doi:10.51737/2766-4775.2021.029
- Rosenberg, R.J. & Hovland, C.I. (1960). *Attitude organization and change: And analysis of consistency among attitude components*. Wesport: Greenwood. Retrieved from <https://search.worldcat.org/title/Attitude-organization-and-change-an-analysis-of-consistency-among-attitude-components-by-Milton-J.-Rosenberg-and-others/oclc/224938>
- Taylor, S. & Todd, P. (1995). An Integrated Model of Waste Management Behavior: A Test of Household Recycling and Composting Intentions. *Sage Journals*, 27(5), 603-630. <https://doi.org/10.1177/0013916595275001>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- We are social. (2566). *Digital 2023: Another year of bumper growth*. Retrieved October 22, 2023, from <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/digital-2023>
- White, K. M., Smith, J. R., Terry, D. J., Greenslade, J. H., & McKimmie, B. M. (2009). Social influence in the theory of planned behaviour: The role of descriptive injunctive and in-group norms. *Journal of british journal of social psychology*, 48(1), 135- 158. <https://doi.org/10.1348/014466608X295207>
- Wheaton, B., Muthén, B., Alwin, D. F., & Summers, G. F. (1977). Assessing Reliability and Stability in panel models. *Sociological methodology*, 1977(8), 84-136. <https://doi.org/10.2307/270754>







ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เกริ่นนำในหน้าเฟซบุ๊กส่วนตัว และเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

ขอเรียนเชิญผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในการเข้าร่วมตอบแบบสอบถามวิจัย เรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย

คำตอบของท่านเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับเป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ประกอบการนำไปวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมายต่อไป

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม
ลิงก์แบบสอบถาม <https://forms.gle/kYReYGa7Ls3rqwBm7>





ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ด้วยดีฉัน นางสาวภัทรวดี ศรีประเสริฐ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต มีความประสงค์ทำการศึกษาวิทยานิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย ซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือ 1. ทำให้ได้โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย 2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย 3. เพื่อกรมอุทยานแห่งชาติฯ สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปวางแผนกลยุทธ์ ในการพัฒนาพฤติกรรมสื่อสารระหว่างผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเชิงลึกต่อไป

ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัยนี้เพราะท่านมีคุณสมบัติดังนี้ 1. ท่านติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช 2. ท่านพักอาศัยอยู่ในประเทศไทย ในการนี้ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสื่อสารของผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย” ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน จำนวน 26 ข้อ ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ การศึกษา เป็นต้น ส่วนที่ 3 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย ใช้เวลาในการตอบ 5 - 10 นาที ผู้วิจัยจะขอรับแบบสอบถามคืนโดยกด Submit ที่แบบสอบถามออนไลน์

เนื่องจากแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามหลายส่วน จึงขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาตอบตามความรู้สึกของท่านให้มากที่สุด โดยข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดเป็นความลับ และจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาค้นคว้า โดยออกมาเป็นภาพรวมของการวิจัยเท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบหรือหน่วยงานของผู้ตอบ เนื่องจากไม่สามารถนำมาสืบค้นเจาะจงหาผู้ตอบได้ ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามข้อใดข้อหนึ่ง หากท่านไม่สบายใจหรืออึดอัดที่จะตอบคำถามนั้น หรือไม่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเลยก็ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานใด ๆ ของท่าน ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่เข้าร่วมการวิจัยก็ได้โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล

หากผู้เข้าร่วมวิจัยมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยหรือแบบสอบถาม สามารถติดต่อสอบถามได้ที่ วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต เลขที่ 52/347 หมู่บ้านเมืองเอก อ.พหลโยธิน ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12000 ในวันและเวลาทำการ หรือโทรศัพท์ที่ติดต่อ หรือ ผศ.ดร.สมชาย เล็กเจริญ หมายเลขโทรศัพท์ 086-982-4396 หรือ นางสาวภัทรวดี ศรีประเสริฐ หมายเลขโทรศัพท์ 065-142-4923

โครงการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนของ มหาวิทยาลัยรังสิต สำนักงานอยู่ที่ อาคารอาทิตย์ อุไรรัตน์ (อาคาร 1) ชั้น 5 ห้อง 504 มหาวิทยาลัยรังสิต 52/347 หมู่บ้านเมืองเอก อ.พหลโยธิน ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000 หมายเลขโทรศัพท์ 0-2791-5688 โทรสาร 0-2791-5689 หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้ ท่านสามารถติดต่อประธานกรรมการฯ หรือเลขานุการฯ ได้ตามสถานที่และหมายเลขโทรศัพท์ข้างต้น

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม



ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย

pattrawadee0957626173@gmail.com สลับบัญชี

✉ ไม่ใช้ร่วมกัน

* ระบุว่าเป็นคำถามที่จำเป็น

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น

1. ท่านติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช หรือไม่ *

- ติดตาม
- ไม่ติดตาม (จบการทำแบบสอบถาม)

2. สถานที่พักอาศัย *

- ภาคกลาง
- ภาคเหนือ
- ภาคตะวันออก
- ภาคใต้
- ภาคตะวันตก
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ต่างประเทศ (จบการทำแบบสอบถาม)

กลับ

ถัดไป

หน้า 2 จาก 3

ล้างแบบฟอร์ม



ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย

pattrawadee0957626173@gmail.com สลับบัญชี

✉ ไม่ใช้ร่วมกัน



* ระบุว่าเป็นคำถามที่จำเป็น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ *

- ชาย
- หญิง
- เพศทางเลือก

2. อายุ (ปี) เฉพาะ 18 ปีขึ้นไป *

คำตอบของคุณ

3. ระดับการศึกษา *

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- สูงกว่าปริญญาตรี

3. ท่านต้องการติดตามวิถีโอการทำงานของสัตว์แพทย์ บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างต่อเนื่อง เช่น การช่วยเหลือสัตว์ป่าพลัดหลง เป็นต้น

	1	2	3	4	5	6	7	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	มากที่สุด						

4. ท่านต้องการติดตามโปรสเตอร์ ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

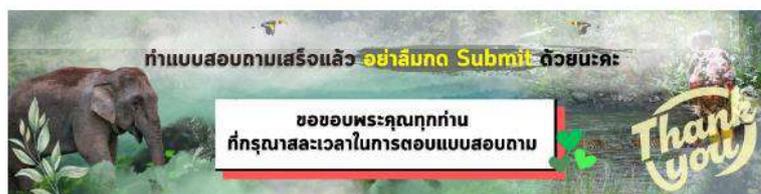
	1	2	3	4	5	6	7	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	มากที่สุด						

5. ท่านต้องการติดตามข่าวสารบนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อย่างสม่ำเสมอ

	1	2	3	4	5	6	7	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	มากที่สุด						

ทำแบบสอบถามแล้วอย่าลืมกด Submit นะคะ

ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามชุดนี้เป็นความลับ และจะใช้ทางการศึกษาของผู้วิจัยเท่านั้น





ภาคผนวก ข

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

แบบประเมินความสอดคล้อง (IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IOC	หมายเหตุ
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม								
1. ท่านติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์กรมอุทยาน แห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช หรือไม่ <input type="checkbox"/> ติดตาม <input type="checkbox"/> ไม่ติดตาม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. สถานที่พักอาศัย <input type="checkbox"/> ภาคกลาง <input type="checkbox"/> ภาคเหนือ <input type="checkbox"/> ภาคใต้ <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก <input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ <input type="checkbox"/> ต่างประเทศ (จบการทำแบบสอบถาม)	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. เพศ <input type="checkbox"/> เพศชาย <input type="checkbox"/> เพศหญิง <input type="checkbox"/> เพศทางเลือก	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. อายุ.....ปี	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. ระดับการศึกษา <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี <input type="checkbox"/> ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IOC	หมายเหตุ
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม								
4. อาชีพ <input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน <input type="checkbox"/> เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ <input type="checkbox"/> นักวิจัย / นักวิชาการ <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ:	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดตามเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในประเทศไทย								
ด้านทัศนคติ (Attitude)								
1. ท่านรู้สึกชื่นชอบคอนเทนต์ที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมรูปภาพสัตว์ป่าที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	+1	+1	+1	+1	+1	5	0.67	ใช้ได้
3. ท่านรู้สึกดีกับข่าวสารที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IOC	หมายเหตุ
ด้านทัศนคติ (Attitude)								
4. ท่านรู้สึกมีความสุข เมื่อได้รับชมวิดีโอสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนเพจ เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. ท่านรู้สึกพึงพอใจ การทำงานของแอดมินเพจ เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การตอบกลับความคิดเห็น เป็นต้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	0.67	ใช้ได้
ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)								
1. ท่านคิดว่าครอบครัว มีส่วนทำให้กวดติดตามเพจ เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. ท่านคิดว่าเพื่อนสนิท มีส่วนทำให้กวดติดตามเพจ เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. ท่านคิดว่าเพื่อนมีส่วน ทำให้กวดติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยาน แห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IOC	หมายเหตุ
ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)								
4. ท่านคิดว่าคนรู้จักมีส่วนทำให้กดติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. ท่านคิดว่ากลุ่มคนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมีส่วนทำให้กดติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention)								
1. ท่านจะติดตามคอนเทนต์บทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
2. ท่านจะติดตามคอนเทนต์การทำงานของเจ้าหน้าที่บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IOC	หมายเหตุ
ด้านความตั้งใจติดตาม (Intention)								
3. ท่านจะติดตามคอนเทนต์ ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยว ในพื้นที่ป่าอนุรักษ์บนเพจ เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น การท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติ เป็นต้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. ท่านจะติดตามคอนเทนต์ คลิปวิดีโอสัตว์ป่าบนเพจ เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช อยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. ท่านจะแนะนำเพจ เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ให้คนอื่น ติดตามเสมอ เช่น การแชร์ เพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นต้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
ด้านพฤติกรรมการติดตาม (Behavior)								
1. ท่านต้องการติดตาม บทความบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยาน แห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ เป็นประจำ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IOC	หมายเหตุ
ด้านพฤติกรรมกรรมการติดตาม (Behavior)								
2. ท่านต้องการติดตามภาพ สัตว์ป่าบนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยาน แห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช อยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
3. ท่านต้องการติดตามวิดีโอ การทำงานของสัตวแพทย์ บนเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์ กรมอุทยาน แห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช อย่างต่อเนื่อง เช่น การช่วยเหลือสัตว์ป่า พลัดหลง เป็นต้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
4. ท่านต้องการติดตาม โปสเตอร์ ที่โพสต์บนเพจ เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้
5. ท่านต้องการติดตามข่าวสาร บนเพจเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ใช้ได้



ภาคผนวก ค

เอกสารยืนยันการยกเว้นการรับรอง

โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

DPE. No. RSUERB2023-050



เอกสารยืนยันการยกเว้นการรับรอง
(Documentary Proof of Exemption)

โดย คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต

เอกสารรับรองเลขที่ : DPE. No. RSUERB2023-050
 ชื่อโครงการวิจัย : ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก ประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในประเทศไทย
 Causal Factors Influencing the Communication Behavior of followers Facebook Page the Public Relations Department of National Parks Wildlife and Plant Conservation in Thailand
 ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย เล็กเจริญ
 ชื่อนักวิจัยร่วม : นางสาวภัทรวดี ศรีประเสริฐ
 หน่วยงานที่สังกัด : วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต
 วิธีทบทวน : พิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนแบบยกเว้น (Exemption Review)

โครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายยกเว้นการรับรอง (Research with Exemption)

วันที่ออกเอกสาร : 20 พฤศจิกายน 2566
 วันที่หมดอายุ : 20 พฤศจิกายน 2568

ขอรับรองว่าโครงการดังกล่าวข้างต้นได้ผ่านการพิจารณาเห็นชอบตามมาตรฐานการดำเนินการของคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน สำนักงานจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ลงนาม

(รองศาสตราจารย์ ดร. ปณิธิ ภาณุพันธุ์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต



DPE. No. RSUERB2023-050



**Documentary Proof of Exemption
By
Ethics Review Board of Rangsit University**

DPE. No.	DPE. No. RSUERB2023-050
Protocol Title	Causal Factors Influencing the Communication Behavior of followers Facebook Page the Public Relations Department of National Parks Wildlife and Plant Conservation in Thailand
Principle Investigator	Assistant Professor Dr. Somchai Lekcharoen
Co-Investigator	Miss Pattrawadee Sriprasert
Affiliation	College of Digital Innovation Technology, Rangsit University
How to review	Exemption Review

This protocol complies with a “Research with Exemption”

Date of Approval:	20 November 2023
Date of Expiration:	20 November 2025

The aforementioned project have been reviewed and approved according to the Standard Operating Procedures by Ethical Committee of Research Institute of Rangsit University based on the Declaration of Helsinki and Good Clinical Practice



Signature.....

(Associate Professor Dr. Panon Kanchanayuth)

Chairman, Ethics Review Board for Human Research

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ภัทรวดี ศรีประเสริฐ
วัน เดือน ปีเกิด	6 ธันวาคม 2538
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาโทเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาการภาพยนตร์และวีดิทัศน์, 2561 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาตรีเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม, 2567
ที่อยู่ปัจจุบัน	46/142 หมู่บ้านนุริรมย์ คุ้มบอน 41 ซ.สุพรรณนิการ์ 7 แขวงสามวาตะวันตก เขต คลองสามวา กรุงเทพฯ 10510
สถานที่ทำงาน	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่

