


การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร



นางสาวศันสนีย์ ฤทธิทองพิทักษ์

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17--3822-6

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND USE OF THAI HERBS AMONG
BANGKOK RESIDENTS

MISS SANSANEE RITTHONGPITAK

สถาบันวิทยบริการ

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Communication Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-3822-6

คั่นสนีย์ ฤทธิทองพิทักษ์ : การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพร
ไทยของคนกรุงเทพมหานคร. : (INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE,
ATTITUDE AND USE OF THAI HERBS AMONG BANGKOK RESIDENTS)
อ.ที่ปรึกษา : รศ. ดร.ธนวดี บุญลือ, 128 หน้า. ISBN 974-17-3822-6

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการ
เปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม
ในเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สห
สัมพันธ์แบบเพียร์สัน การทดสอบความแตกต่าง (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว
(One way ANOVA) และประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 10.0

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย
2. การเปิดรับข่าวสารความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย
3. การเปิดรับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย
4. ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย
5. ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย
6. ทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย
7. กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
8. กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน
9. กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน
10. กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อ.....
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา.....2546.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

##4585245028 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND USE OF THAI HERBS AMONG BANGKOK RESIDENTS

SANSANEE RITTHONGPITAK : INFORMATION KNOWLEDGE ATTITUDE AMONG USE OF PEOPLE IN BANGKOK RESIDENTS. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. THANAWADEE BOONLUE, Ph.D.,128 PP. ISBN 974-17-3822-6-

This survey research aimed at investigating the relations between information exposure, knowledge, attitude and use of Thai herbs among Bangkok residents. Questionnaires were used for data collection from a total of 400 samples. Percentage, Mean, Pearson's product moment correlation, T-test, and One-way ANOVA were used for data analysis through SPSS Version 10.0 program.

Findings :

1. The information exposure about Thai herbs is not significantly correlated with the knowledge of Thai herbs.
2. The information exposure about Thai herbs is significantly correlated with the attitude toward Thai herbs.
3. The information exposure about Thai herbs is significantly correlated with the acceptance of using Thai herbs.
4. The knowledge of Thai herbs is not significantly correlated with the attitude toward Thai herbs.
5. The knowledge of Thai herbs is not significantly correlated with the using of Thai herbs.
6. The attitude toward Thai herbs is significantly correlated with the using of Thai herbs.
7. People with different age are significantly different in the using of Thai herbs.
8. People with different education are not significantly different in the using of Thai herbs.
9. People with different gender are not significantly different in the using of Thai herbs.
10. People with different occupation are not significantly different in the using of Thai herbs.

Department.....Public Relations.....Student's signature.....

Field of Study.....Development Communication..Advisor's signature.....

Academic Year...2003.....Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.ธนวัติ บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการทำวิจัย ตลอดจนช่วยตรวจทานแก้ไขในการเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ และต้องขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ ซึ่งเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์เป็นอย่างยิ่งที่กรุณาใช้เวลาตลอดจนให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อการทำวิจัย

ทั้งนี้ขอขอบพระคุณ คุณปรีชญา พรประภา และพี่ ๆ ที่บริษัท พี พี พาวเวอร์พลัส จำกัด เป็นอย่างยิ่งที่ให้ความเมตตาข้าพเจ้าในเรื่องของเวลาการทำงาน ทำให้ข้าพเจ้าได้มีเวลาในการดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ได้สำเร็จด้วยดี

และท้ายนี้ข้าพเจ้าต้องขอกราบขอบพระคุณบิดา – มารดา ตลอดจนพี่ชายทุกคน ที่ได้ให้การสนับสนุนในด้านทุนทรัพย์ กำลังใจ ตลอดจนความรู้ และข้อแนะนำต่าง ๆ ให้แก่ผู้วิจัย เสมอมาจนสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้

ศันสนีย์ ฤทธิ์ทองพิทักษ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

๗

หน้า

	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญ.....	ช
	สารบัญตาราง.....	ณ
	บทที่	
1	บทนำ.....	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์การวิจัย.....	12
	ปัญหาการนำวิจัย.....	12
	สมมติฐานในการทำวิจัย.....	13
	ขอบเขตการวิจัย.....	15
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
	นิยามศัพท์.....	16
2	แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
	แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	18
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ	25
	แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม.....	32
	แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร.....	43
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	50
	รูปแบบการวิจัย.....	50
	ประชากร.....	50
	กลุ่มตัวอย่าง.....	51
	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	51
	ตัวแปรในการวิจัย.....	53
	การวัดค่าตัวแปร.....	54

สารบัญ (ต่อ)

๗

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	58
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	58
การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ.....	60
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	63
ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยผ่านสื่อต่าง ๆ.....	68
ตอนที่ 3 ความรู้ในการใช้สมุนไพรไทย.....	74
ตอนที่ 4 ทักษะคิดที่มีต่อสมุนไพรไทย.....	77
ตอนที่ 5 การใช้สมุนไพรไทย.....	80
ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	85
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	90
สรุปผลการวิจัย.....	92
อภิปรายผลการวิจัย.....	98
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	107
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	110
รายการอ้างอิง.....	111
ภาคผนวก.....	119
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	128

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	63
2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	64
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	65
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	66
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	67
6 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยผ่านสื่อต่าง ๆ.....	68
7 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยผ่านสื่อมวลชนแต่ละชนิด.....	68
8 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยผ่านสื่อบุคคลแต่ละชนิด.....	69
9 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยผ่านสื่อเฉพาะกิจแต่ละชนิด.....	70
10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับสมุนไพรไทยผ่านสื่อเฉพาะกิจประเภทนิตยสาร / วารสาร.....	70
11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับสมุนไพรไทยผ่านสื่อเฉพาะกิจอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์.....	71
12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ สมุนไพรไทยโดยการแสวงหาจากการสอบถามและการศึกษาค้นหาข้อมูล.....	72
13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ สมุนไพรไทยโดยการแสวงหาจากการสอบถามจากบุคคล.....	72
14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ สมุนไพรไทยโดยการแสวงหาจากการศึกษาหาข้อมูลจากสื่ออื่น ๆ	73
15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามประเภท ของสมุนไพรไทย.....	73
16 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้ในการใช้สมุนไพรไทย	74
17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับความรู้ เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทย.....	76

สารบัญ (ต่อ)

ญ

ตารางที่	หน้า
18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อสมุนไพรไทย	77
19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้สมุนไพรไทย.....	80
20 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้ประโยชน์ของสมุนไพรไทย	80
21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการใช้สมุนไพรไทยในประเภทต่าง ๆ.....	81
22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับความบ่อยครั้งในการใช้สมุนไพรไทย.....	82
23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการใช้สมุนไพรไทย...	82
24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตามลักษณะการใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค.....	83
25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการใช้สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ.....	83
26 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงาม.....	84
27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยกับความรู้ที่มีต่อสมุนไพรไทย.....	85
28 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยกับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย.....	85
29 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยกับการใช้สมุนไพรไทย.....	86
30 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยกับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย.....	86
31 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยกับการใช้สมุนไพรไทย.....	87
32 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยกับการใช้สมุนไพรไทย.....	87
33 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการใช้สมุนไพรไทยจำแนกตามเพศ....	88
34 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการใช้สมุนไพรไทยจำแนกตามอายุ...	88

สารบัญ (ต่อ)

ฉ

ตารางที่	หน้า
35 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการใช้สมุนไพรรไทยจำแนกตาม การศึกษา.....	89
36 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการใช้สมุนไพรรไทยจำแนกตามอาชีพ	89



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

พืชสมุนไพร...คำนี้เป็นคำที่คุ้นหูและรู้จักกันดีในความหมายของคำ แต่ในความหมายลึกซึ้งถึงคุณลักษณะและสรรพคุณของพืชสมุนไพรไทยแล้ว เชื่อว่าคนส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจในความหมายมากนัก คงเข้าใจแต่เพียงเฉพาะพืชที่ตนคุ้นเคย

คนไทยมีความคุ้นเคยกับสมุนไพรไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยได้มีการนำสมุนไพรไทยมาใช้เป็นยารักษาโรคในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ยาต้ม ยาหม้อ ยาผง และยาลูกกลอน เป็นต้น ซึ่งนับเป็นภูมิปัญญาไทยอย่างแท้จริง ปัจจุบันสมุนไพรไทยกลับมารับความนิยมอีกครั้งและมีผู้นิยมกันอย่างแพร่หลายก็เพราะสมุนไพรไทยก่อให้เกิดอาการเป็นพิษได้น้อยกว่ายาแผนปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากการที่มีผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีจำหน่ายทั้งเพื่อเป็นยารักษาโรค เพื่อสุขภาพ และเพื่อความงาม โดยทั่วไปพืชสมุนไพรไทยแต่ละชนิดสามารถรักษาโรคได้หลายโรค แต่การใช้สมุนไพรไทยนั้นก็ยังมีข้อควรระวังในการใช้ ดังนี้

1. ใช้สมุนไพรไทยให้ถูกโรค

จะต้องใช้สมุนไพรไทยที่มีฤทธิ์ทางยาให้ถูกต้อง เช่น ท้องผูกต้องใช้ยาระบาย เช่น ใช้ฝักมะขามแขก แต่ถ้าใช้สมุนไพรไทยที่มีฤทธิ์ฝาดสมาน เช่น ใบฝรั่งจะยิ่งทำให้ท้องผูกมากขึ้น

2. ใช้สมุนไพรไทยให้ถูกชนิด

เมื่อจะใช้สมุนไพรไทยชนิดใดต้องแน่ใจว่านำต้นสมุนไพรที่ถูกต้องมาใช้ เนื่องจากสมุนไพรไทยมีชื่อพ้องหรือชื่อซ้ำกันมากอาจทำให้เกิดความสับสนและเมื่อนำมาใช้อาจเกิดอันตรายได้

3. ใช้สมุนไพรไทยให้ถูกส่วน

พืชมีส่วนต่าง ๆ หลายส่วน เช่น ราก ต้น ใบ ดอก ผล และเมล็ด เนื่องจากในแต่ละส่วนของพืชมีสารสำคัญที่มีฤทธิ์ทางยาต่างกัน จึงใช้รักษาโรคได้ต่างกัน เช่น ชุมเห็ดไทย ส่วนของใบจะใช้เป็นยาระบาย ส่วนผลใช้แก้ฟกบวม

4. ใช้สมุนไพรไทยที่เก็บถูกช่วงระยะเวลา

ส่วนของสมุนไพรไทยในส่วนเดียวกัน ถ้าเก็บต่างระยะเวลากันจะให้ผลการรักษาต่างกัน เช่น ผลฝรั่งอ่อนมีแทนนินใช้แก้ท้องเสีย ท้องร่วง ท้องเดิน แต่ถ้าผลฝรั่งสุกจะมีแพ็กตินอยู่มากใช้รับประทานเป็นยาระบาย หรือผลกล้วยดิบใช้เป็นยาแก้ท้องเสีย แต่ผลกล้วยสุกกลับมีฤทธิ์เป็นยาระบายอ่อน ๆ เป็นต้น

นอกจากการนำสมุนไพรไทยมาใช้เป็นยารักษาโรคแล้ว ในปัจจุบันนี้เราสามารถนำสมุนไพรไทยมาปรุงเป็นอาหารได้ในรูปของอาหารสมุนไพรที่จะให้ประโยชน์ทั้งในด้านการบำรุงสุขภาพ และเป็นยารักษาโรคด้วย ซึ่งถ้าจะกล่าวในแง่ของอาหาร สมุนไพรไทยสามารถนำมาปรุงเป็นอาหารที่ให้ประโยชน์แก่ร่างกายในการดำรงชีวิต เนื่องจากมีสารอาหารที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย เช่น คาร์โบไฮเดรต ไขมัน โปรตีน เกลือแร่ กรดอินทรีย์ วิตามิน และน้ำย่อย (Enzyme) เป็นต้น ซึ่งสารเหล่านี้ล้วนมีอยู่ในพืชทั้งสิ้น อาหารสมุนไพรอาจอยู่ในรูปของธัญญาหารและถั่วต่าง ๆ ผัก ผลไม้ เครื่องเทศ และเครื่องดื่ม ในด้านการรักษาโรค อาหารสมุนไพรที่ใช้ขนาดพอเหมาะจะรักษาโรคได้ เช่น ดอกอ่อนและยอดขี้เหล็กใช้แกงเป็นอาหาร จะช่วยเป็นยาเจริญอาหารและช่วยระบาย ฝรั่ง เป็นผลไม้ที่มีวิตามินซีสูงและให้กากใย ในขณะเดียวกันก็สามารถใช้แก้ท้องเสียชนิดที่ไม่ได้เกิดจากการติดเชื้อได้อีกด้วย ขิง ใช้เป็นอาหารและใช้เตรียมเป็นเครื่องดื่ม และยังสามารถใช้เป็นยาขับลม แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อได้ กระเทียม ใช้ในการปรุงอาหาร มีฤทธิ์ขับเหงื่อ ขับเสมหะ และฆ่าเชื้อโรคได้ มะขามเปียก ใช้เป็นยาระบายอ่อน ๆ และมีฤทธิ์ช่วยทำให้อุณหภูมิของร่างกายลดลงได้ จึงเห็นได้ว่าในวันหนึ่ง ๆ เรารับประทานยาเข้าไปโดยที่เราไม่รู้สึกรว่าเป็นยา นอกจากนี้ประโยชน์อีกด้านที่ได้จากอาหารสมุนไพร คือ เส้นใยซึ่งเป็นเซลลูโลสในพืชก็จะช่วยทำให้ผู้ที่บริโภคขับถ่ายได้คล่องตัวขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้สมุนไพรไทยยังสามารถนำมาเป็นเครื่องสำอางหรือเป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอาง ด้วยความสวยงามเป็นสิ่งที่คุณค่ากับผู้หญิงตั้งแต่ครั้งโบราณกาล ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงชาติไหน ๆ แต่ในความงามนั้นไม่ใช่สิ่งที่ผู้หญิงเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้นที่จะให้ความสนใจหรือมีความคุ้นเคย แต่ในปัจจุบันนี้ผู้ชายต่างก็เริ่มที่จะหันมาให้ความสนใจและเอาใจใส่ดูแลสุขภาพร่างกายของตนเองมากขึ้นด้วย ดังนั้นในปัจจุบันเครื่องสำอางจึงกลายเป็นปัจจัยที่จำเป็นในชีวิตประจำวันของมนุษย์เราไปโดยปริยาย เป็นเหตุให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีการแข่งขันกันมากในการที่จะครองตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นก็ไม่น้อยที่มีผลิตภัณฑ์ธรรมชาติรวมอยู่ด้วย และก็มีแนวโน้มว่าจะมีการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติในเครื่องสำอางเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ตามความนิยมของตลาดและผู้บริโภคเครื่องสำอาง โดยคนเหล่านี้จะ

มีความเชื่อว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาตินั้นมีความปลอดภัยมากกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มาจากสารสังเคราะห์ จึงนับได้ว่าในปัจจุบันนี้ถือเป็นยุคแห่งการย้อนกลับสู่ธรรมชาติ ดังที่เราจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ มากมายในท้องตลาด ไม่ว่าจะเป็นสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพที่อยู่ในรูปของการใช้ภายใน หรือสมุนไพรไทยที่นำมาใช้เพื่อความงามในรูปแบบการใช้ภายนอก ทั้งที่อยู่ในรูปของการนำมาใช้แบบธรรมชาติ เช่น การใช้ขมิ้นทาผิวเพื่อให้ผิวพรรณมีสีเหลืองนวล การใช้ว่านหางจระเข้ในการลบรอยต่างด่างที่เกิดจากสิวฝ้า การนำน้ำข้าวข้าวมาหมักผมเพื่อเพิ่มวิตามินให้กับเส้นผมทำให้ผมดกดำ การใช้เกลือสินเธาว์ขัดหน้าเพื่อขจัดสิวเสี้ยนและแก้อาการคันจากผดผื่นที่ใบหน้า การใช้ดินสอพองในการพอกหน้าเพื่อให้ใบหน้าเต่งตึงและนุ่มนวล และการนำสมุนไพรไทยมาผ่านกระบวนการแปรรูปทางเคมีเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอางโดยมีรูปแบบวิวัฒนาการจากแบบธรรมชาติมาเป็นการแปรรูปสมุนไพรไทยให้อยู่ในรูปของครีม โลชั่น แชมพู เจล หรือสบู่ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้และเก็บรักษา ซึ่งในขณะนี้ได้มีผู้ประกอบการมากมายที่สนใจในการนำเอาพืชสมุนไพรไทยมาสกัดหรือนำมาใช้เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอางในรูปแบบต่าง ๆ กัน เช่น ผงขัดหน้า ครีมอาบน้ำสมุนไพร เจลอาบน้ำสมุนไพร สบู่สมุนไพรขัดผิว โลชั่นบำรุงผิว น้ำแร่สมุนไพร ฯลฯ หรืออยู่ในรูปแบบของยี่ห้อต่าง ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อสโรวัักษ์ ผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออภัยภูเบศร ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อโมเดิร์นเวย์ ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อละอองสุข และอื่น ๆ อีกมากมาย เป็นต้น

แต่เดิมนั้นสมุนไพรไทยเป็นสิ่งที่คุ้นเคยกับคนไทยมานาน แต่หลายคนมักจะนึกถึง “สมุนไพรไทย” ในด้านการรักษาโรคมากกว่าในด้านอื่น ๆ แต่หาว่าสมุนไพรไทยมีคุณประโยชน์มากกว่านั้นเพราะสามารถนำมาใช้ได้ทั้งในด้านเป็นยาบำบัดรักษาโรค นำมาใช้ในการประกอบอาหารหรือเป็นเครื่องเทศปรุงแต่งกลิ่นรสให้อาหารมีรสชาติและสีสันท่ารับประทาน หรือแม้แต่ นำสมุนไพรไทยมาใช้เพื่อความงามในรูปแบบธรรมชาติ

อย่างไรก็ตาม จากการที่ผู้คนเริ่มหันมาศึกษาและให้ความสนใจสมุนไพรไทยจากธรรมชาติกันอย่างกว้างขวางในทุกระดับชั้น โดยเฉพาะในสมัยนี้ที่แหล่งที่มาของสมุนไพรไทยหาง่ายตามสถานเสริมความงามต่าง ๆ ซึ่งง่ายต่อการเข้าไปใช้บริการเพราะสามารถจะเลือกใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงามเฉพาะที่ให้กับตนเองได้ง่ายขึ้น เช่น การนวดหน้าด้วยขมิ้นหรือแป้งขาวที่สกัดจากสมุนไพร, การใช้แตงกวาหรือน้ำมะเขือเทศพอกหน้า นอกเหนือจากนี้ยังมีการนำสมุนไพรไทยมาใช้เพื่อประโยชน์ในด้านการอาบน้ำแร่ แช่น้ำนม, การอบไอน้ำ, การอบยาสมุนไพร อีกด้วย

ความหมายของ “สมุนไพร”

สมุนไพร ตามพระราชบัญญัติยา หมายความว่า ยาที่ได้จากพืช, สัตว์ และแร่ ซึ่งยังมี ได้มีการผสม ประจุ หรือแปรสภาพ (ยกเว้นการทำให้แห้ง) เช่น พืช ก็ยังคงเป็นส่วนของราก ลำต้น ใบ ดอก ผล ฯลฯ ซึ่งยังไม่ได้ผ่านขั้นตอนการแปรรูปใด ๆ เช่น การหั่น การบด การกลั่น การสกัด แยก รวมทั้งการผสมกับสารอื่น ๆ แต่ในทางการค้าสมุนไพรมักจะถูกดัดแปลงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ถูกหั่นให้เป็นชิ้นเล็กกลง บดให้เป็นผง อัดให้เป็นแท่ง หรือปกเปลือกออก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในความรู้สึกของคนทั่ว ๆ ไป เมื่อพูดถึงสมุนไพรไทยมักจะนึกถึงเฉพาะต้นไม้ที่นำมาใช้ประโยชน์ใน ทางยา ทั้งนี้เพราะสัตว์และแร่มีการใช้น้อย จะใช้เฉพาะในโรคบางชนิดเท่านั้น

สมุนไพรแปรรูป หมายถึง ส่วนของพืชสมุนไพรที่นำมาผสม ประจุ หรือแปรสภาพอื่น ๆ เช่น บดละเอียด สกัดจนไม่เห็นรูปแบบเดิมตามธรรมชาติ เพื่อใช้เป็น

1. อาหาร ส่วนใหญ่มักแปรรูปเป็นเครื่องดื่มสมุนไพร เครื่องดื่มสำเร็จรูปสมุนไพร หรือที่เรียกกันติดปากว่า "ชาสมุนไพร" หรือ "ชาชงสมุนไพร" นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปสมุนไพร เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในรูปของแคปซูล เช่น กระเทียมแคปซูล, สารสกัดจากผลส้มแขก เป็นต้น

2. ยา ซึ่งเป็นการนำเอาสมุนไพรมาแปรรูปเพื่อวัตถุประสงค์ในการเป็นยารักษาโรค

3. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพอื่น ๆ เช่น แชมพูสมุนไพรไทย สบู่เหลวผสมสมุนไพร ฯลฯ โดยนำสมุนไพรมาแปรรูปและใช้เป็นส่วนผสมกับส่วนประกอบทางเคมีหรืออื่น ๆ ในผลิตภัณฑ์ นั้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การใช้สมุนไพรไทยมีข้อดี-ข้อเสียอย่างไร?

ข้อดี

1. ทำให้เกิดอาการพิษได้น้อย เนื่องจากสมุนไพรไทยส่วนมากมีฤทธิ์อ่อนกว่าทำให้เกิดอาการพิษหรืออาการข้างเคียงได้น้อยกว่าการใช้ยาแผนปัจจุบัน
2. ช่วยประหยัดรายจ่าย เนื่องจากสมุนไพรไทยมีราคาถูกกว่ายาแผนปัจจุบันมาก อีกทั้งสามารถปลูกและเตรียมเป็นยาใช้ได้เอง ซึ่งจะช่วยประหยัดรายจ่ายของครอบครัวและช่วยประหยัดเงินตราของประเทศชาติในการสั่งนำเข้ายาแผนปัจจุบันจากต่างประเทศ จึงสมควรที่จะสนับสนุนให้นำสมุนไพรไทยมาใช้ประโยชน์ให้มากยิ่งขึ้น เพราะจะเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยลดการเสียเปรียบดุลการค้ากับต่างประเทศลงได้
3. เป็นที่พึ่งของคนในชนบทที่ห่างไกล คนไข้ที่อยู่ตามชนบทห่างไกลซึ่งไม่สะดวกที่จะเดินทางมารับการตรวจรักษาจากสถานบริการทางการแพทย์แผนปัจจุบันได้ หากในหมู่บ้านมีสมุนไพรไทยที่เชื่อถือได้ปลูกไว้ก็จะสามารถรักษาโรคได้ โดยเฉพาะโรคที่มีอาการพื้น ๆ เช่น อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ ท้องผูก ท้องร่วง เป็นต้น
4. ช่วยขจัดปัญหาการขาดแคลนยาในภาวะคับขัน ยาแผนปัจจุบันและวัตถุดิบที่ใช้ผลิตยาแผนปัจจุบันจำนวนมากต้องสั่งนำเข้าจากต่างประเทศ หากเกิดภาวะการขาดแคลนยาหรือในสภาวะสงคราม การใช้สมุนไพรไทยแทนยาแผนปัจจุบันจะเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกอย่างยิ่ง

ข้อเสีย

1. ใช้ไม่สะดวก ยุ่งยาก เสียเวลา เช่น ในการรับประทานยาหม้อต้องเสียเวลาอุ่นทุกเช้าและเย็น
2. ฤทธิ์ไม่แน่นอน ยาสมุนไพรไทยมีฤทธิ์อ่อน ออกฤทธิ์ช้า ต้องรับประทานเป็นเวลานาน ๆ และเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากในสมุนไพรไทยมีสารหลายชนิดอยู่ร่วมกันทำให้มีฤทธิ์ต้านกันเอง

ปัจจุบันได้มีการพยายามศึกษาค้นคว้า วิจัย และพัฒนายาสมุนไพรไทยเพื่อให้สามารถนำมาใช้ในรูปแบบที่สะดวกสบายขึ้น เช่น นำมาบดเป็นผงบรรจุลงในแคปซูล นำมาเตรียมในรูปแบบครีมและยาขี้ผึ้ง เป็นต้น สำหรับการนำสมุนไพรไทยมาใช้เป็นยาแผนปัจจุบันนั้น จำเป็นต้องผ่านขั้นตอนการวิจัยและการทดสอบต่าง ๆ หลายขั้นตอน ดังนั้นกว่าจะได้ยาใหม่แต่ละชนิดจะต้องเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายมากทีเดียว

ยาสมุนไพรไทยใช้ในรูปแบบใดบ้าง

1. ใช้ในรูปแบบสมุนไพรไทยสด ๆ สมุนไพรไทยบางชนิดนิยมใช้ในรูปแบบสมุนไพรไทยสดจึงจะให้ผลดี เช่น *วุ้นจากใบว่านหางจระเข้สด* ใช้ทาแผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก *ใบผักบุ้งทะเลสด* นำมาตำใช้ทาแผลที่ถูกพิษแมงกะพรุน หรือ*กระเทียมสด* นำมาฝานเป็นชิ้นบาง ๆ ใช้ทาบริเวณผิวหนังที่เป็นเชื้อรา เป็นต้น ในกรณีของการใช้สมุนไพรไทยสดควรระวังในเรื่องของความสะอาด เพราะถ้าสกปรกอาจติดเชื้อทำให้บาดแผลเป็นหนองได้

2. ตำคั้นเอาน้ำมากิน ใช้สมุนไพรไทยสด ๆ ตำให้ละเอียดจนเหลว ถ้าไม่มีน้ำ ให้เติมน้ำลงไปเล็กน้อย คั้นเอาน้ำยาที่ได้มากิน สมุนไพรไทยบางชนิด เช่น กระจับปี่ กระจับปี่ ให้นำไปเผาไฟให้สุกเสียก่อนจึงค่อยทำ

3. ยาต้ม เหมาะสำหรับสมุนไพรไทยที่มีสารสำคัญละลายออกมาในน้ำ ยาต้มเป็นรูปแบบที่ใช้กันมานานแล้ว โดยการใช้ น้ำเป็นตัวละลายสำคัญในสมุนไพรไทย ข้อดีของยาต้มคือ ดูดซึมง่าย ออกฤทธิ์เร็ว เตรียมง่ายและสะดวก แต่มีข้อเสียคือรสและกลิ่นไม่น่ารับประทาน เก็บไม่ได้นาน ขึ้นได้ง่าย

4. ยาชง เหมาะสำหรับสมุนไพรไทยที่มีสารสำคัญละลายน้ำได้ดี เป็นยาที่เตรียมง่ายและรวดเร็ว ส่วนใหญ่เป็นการใช้สมุนไพรไทยแห้ง และเติมน้ำร้อนเป็นตัวทำละลาย ข้อดีของยาชงคือ ดูดซึมได้ง่าย มีกลิ่นหอมและรสดี

5. ยาลูกกลอน เหมาะสำหรับสมุนไพรไทยที่มีสารสำคัญละลายน้ำได้ยาก ใช้วิธีต้มหรือชงไม่ได้ หรือใช้กับสมุนไพรไทยที่มีกลิ่น รส ไม่น่ารับประทาน

6. ยาดองเหล้า เป็นยาที่ใช้เหล้าหรือแอลกอฮอล์ละลายสารสำคัญในสมุนไพรไทยออกมา เหมาะสำหรับสมุนไพรไทยที่มีสารสำคัญไม่ละลายน้ำ จึงไม่สามารถใช้วิธีต้มหรือชงได้

7. ยาพอก เป็นยาที่เตรียมได้จากการนำสมุนไพรไทยสด ๆ ที่ล้างสะอาดดีแล้วมาตำให้ละเอียดและเติมเหล้าเพื่อให้ยาออกฤทธิ์ดีขึ้น แล้วนำยาที่ได้ไปพอกแผลตามต้องการ

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันได้มีการพัฒนารูปแบบของยาจากสมุนไพรไทยเพื่อให้ใช้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น โดยเอามาเตรียมเป็นยาสมุนไพรสำเร็จรูป เช่น นำเอาผงยาสมุนไพรไทยมาตอกเป็นเม็ด เอามาบรรจุเป็นยาแคปซูล และเอามาเตรียมในรูปแบบของครีม ตัวอย่างผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ เช่น กระจ่างผิวแคปซูล กระจ่างผิวเม็ด ฟ้าทะลายใจชนิดแคปซูล ครีมบัวบก ครีมจากไพล ครีมผักบุ้งทะเล เป็นต้น

ในปัจจุบัน จากการที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลมาจะพบได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของเครื่องสำอางที่มาจากสมุนไพรไทยนั้นมีมากมายหลายรูปแบบ หลายสรรพคุณ โดยผู้วิจัยจะขอยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดมาพอสังเขป ดังนี้

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อความงามที่ได้จากธรรมชาติ

1. **แตงกวา** สารสกัดจากแตงกวาใช้เป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางหลายชนิด เช่น ครีมบำรุงผิว ครีมล้างหน้า ครีมลดรอยเหี่ยวย่น ผลิตภัณฑ์หลังอาบแดด ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับตา ผลิตภัณฑ์ลอกหน้า รักษาฝ้า เป็นต้น ในแตงกวามีสารกาแลคโตส แมสโนส ไฮโลส ฟรุคโตส คาเฟอิกเอซิด หรือมิโนเอซิด วิตามินบี 2 และวิตามินซี และสารจำพวก phosphatide และน้ำย่อย ซึ่งจะช่วยย่อยผิวชั้นนอกที่หยาบกร้านออกไป ทำให้ผิวหน้าอ่อนนุ่ม นิยมใช้เป็นส่วนผสมใน face mask และโลชั่นบำรุงผิว

2. **ส้มป่อย** เป็นไม้กึ่งพุ่มกึ่งเถาที่ขึ้นอยู่ทั่วไปตามป่าเบญจพรรณ ฝักส้มป่อยสามารถนำมาทำเป็นยาสระผม ทำให้ผมดกดำและชำระล้างรังแคได้ดี เพราะฝักส้มป่อยมีสารที่ช่วยในการทำความสะอาด และมีฤทธิ์เป็นกรดอ่อน ๆ จึงช่วยชำระล้างผมได้ดี นอกจากนี้ใบสดและฝักสดของส้มป่อยสามารถนำมาผสมกับสมุนไพรอื่น ๆ มาต้มน้ำอาบหลังคลอดเพื่อทำให้ผิวพรรณดีด้วย

3. เม็ดแมงลัก เป็นสมุนไพรไทยที่ให้ใยอาหารหรือไฟเบอร์สูงถึง 56.63 กรัม ซึ่งใยอาหารนี้จะช่วยกระตุ้นการทำงานของลำไส้โดยเฉพาะลำไส้ใหญ่ ช่วยแก้ท้องผูก เร่งการขับถ่าย ช่วยดูดซับสารก่อพิษ สารก่อมะเร็งที่อาจปนมากับอาหาร นอกจากนี้ในปัจจุบันมีการศึกษาพบว่าการกินเม็ดแมงลักแทนมื้ออาหารบางมื้อพร้อม ๆ กับควบคุมอาหารการกินมีส่วนช่วยลดน้ำหนักได้อย่างดีด้วย

4. ส้มแขก มีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่น เช่น ส้มเขาควาย ลูกวา ลูกกะวา มะขามแขก สมุนไพรชนิดนี้เป็นพืชในแถบเอเชียใต้ มีผลขนาดเท่าผลส้ม แต่จะมีสีเหลืองกว่าหรือออกแดง ในส้มแขกนั้นเมื่อนำเปลือกแห้งมาสกัดจะได้สารสำคัญคือ “กรดไฮดรอกซีซิตริก” ซึ่งมีผลช่วยในการลดไขมันส่วนเกิน ลดความอ้วน โดยไม่มีผลกระตุ้นระบบประสาทส่วนกลางสามารถใช้ลดน้ำหนักได้อย่างปลอดภัย

5. กวาวเครือ หัวกวาวเครือมี 4 ชนิด คือ กวาวเครือขาว กวาวเครือแดง กวาวเครือดำ และกวาวเครืออมร ทั้งนี้ในเรื่องของการรับประทานจะต้องดูให้ดี เป็นต้นว่า กวาวเครือขาวหากรับประทานเข้าไป 1-2 เดือน จะทำให้เต้านมขยายใหญ่ขึ้น ในขณะที่กวาวเครือแดง แม้รับประทานไป 4-5 เดือน ก็ไม่มีผลอะไร และจากผลการวิจัยทดสอบการใช้ไฟโตเอสโตรเจนจากกวาวเครือขาวเป็นอาหารเสริมในกลุ่มสตรีวัยเจริญพันธุ์ โดยการออกแบบให้บรรจุในแคปซูลละลายได้ในกระเพาะอาหารในขนาดต่ำกว่าที่ใช้ในตำรับยาแผนโบราณทั่วไป โดยการกำหนดวิธีรับประทานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของระดับฮอร์โมนเอสโตรเจนในร่างกายในกลุ่มสตรีวัยเจริญพันธุ์อายุ 20-45 ปี จะพบว่าระดับปริมาณที่แสดงผลจะเกิดการตอบสนองในเชิงบวกต่อเส้นผม ผิวหนัง สะโพก การมีประจำเดือน และการหลังสารคัดหลั่งจากช่องคลอด

6. มะนาว สรรพคุณของมะนาวนั้นสามารถแก้ไอ เจ็บคอ ขับเสมหะ แก้โรค ลักปิดลักเปิด หรือเลือดออกตามไรฟัน ยาแก้อาการเหงือกบวม ช่วยแก้เป็นลมวิงเวียน อายาก อาเจียน แก้อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ เป็นน้ำยาบ้วนปาก แก้หวัด แก้กระหายน้ำ ทำให้ร่างกายสดชื่น หรือผู้ที่ลึ้นเป็นฝ้าก็สามารถใช้สำลีชุบน้ำมะนาวทาบ่อย ๆ ก็ช่วยได้ สำหรับสรรพคุณทางด้านความงามนั้น การนำน้ำมะนาวมาทาผิวจะช่วยทำให้ผิวชุ่มชื้นไม่แตกกร้าน สามารถรักษาผิวให้น้อยลงได้ เพราะน้ำมะนาวมีสภาพเป็นกรดอ่อน ๆ จะทำให้เนื้อเยื่อที่ตายแล้วหลุดออก ลดการอุดตันของรูขุมขน กรดอ่อน ๆ จะช่วยกำจัดเชื้อโรคและไขมันบนใบหน้าได้ นอกจากนี้เปลือกมะนาวยังสามารถนำมาถูในบริเวณข้อศอก คาง เข่า ฝ่าเท้า ส้นเท้า เพื่อให้ผิวพื้นคั้นสภาพนุ่ม หรือผู้ที่ผิวหยาบต่างต่าง ถ้าใช้น้ำมะนาวผสมดินสอพองหรือแป้งทาทุก ๆ คืน จะช่วยลดรอยต่างต่างได้

7. มะคำดีควาย ผลจากมะคำดีควายนำมาแช่ใช้ล้างหน้า รักษาผิว ใช้สระผมแก้ รังแค และแก้คันน่ะตุบ่นหัวเด็ก

8. ว่านหางจระเข้ สารอะลิออลตินในว่านหางจระเข้จะมีสรรพคุณช่วยบำรุงเส้นผม กระตุ้นการงอกของเส้นผม และยืดอายุเส้นผมให้มีความดำ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้ให้อยู่ในรูปของเจลเพื่อใช้บำรุงรากผม ช่วยกระตุ้นการงอกของผมใหม่ให้เร็วขึ้นและยาวขึ้นเหมาะสำหรับผู้ที่มีปัญหาผมร่วงที่รากผมยังไม่ตาย และยังช่วยไม่ให้ผมหลุดก่อนวัยอีกด้วย นอกจากนี้สารอะลิออลซึ่งเป็นสารสำคัญในยางจากใบว่านหางจระเข้สามารถดูแล รักษาริ้วรอยที่ผิวหนังได้ แสงอัลตราไวโอเล็ตเป็นตัวการที่ทำให้ผิวหนังไหม้เกรียมเมื่อ ถูกแดดนาน ๆ จึงใช้น้ำยางผสมในครีมกันแดดเพื่อป้องกันไม่ให้ผิวหนังไหม้ และสารอื่น ๆ ในน้ำ ยางมีฤทธิ์ยับยั้งเอนไซม์ไทโรซิเนสที่มีอยู่ใต้ผิวหนังได้ ถ้ามีเอนไซม์ชนิดนี้มากเกินไปจะมีผลทำให้ ผิวหนังเกิดจุดด่างดำได้ จึงใช้ว่านหางจระเข้ผสมในครีมกำจัดฝ้าและรอยต่างดำนบนผิวหนัง ดังนั้น ว่านหางจระเข้จึงมีผู้นิยมนำมาใช้เป็นส่วนผสมในครีมและโลชั่นบำรุงผิวตลอดจนแชมพูและโลชั่น บำรุงเส้นผมและหนังศีรษะ

9. มะกรูด สรรพคุณที่ได้จากน้ำมะกรูดคือ ช่วยทำให้ผมดกดำเงางาม และมะกรูดได้ ถูกแปรรูปไปในรูปลักษณะต่าง ๆ มีการนำมะกรูดไปสกัดเอาน้ำมันหอมระเหยที่มีอยู่ในผิวออก เพราะในน้ำมะกรูดจะมีกรดซิตริกซึ่งเป็นกรดอินทรีย์สามารถนำไปผสมกับตัวยาอื่นและใช้ทำเป็น เครื่องสำอางหลายรูปแบบ เช่น สบู่ ยาสระผม ครีมนวดผม ฯลฯ

ทั้งนี้จากการศึกษาค้นคว้าจะพบว่าในการใช้สมุนไพรไทยนั้นได้มีหน่วยงานต่าง ๆ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ, บุคคลที่อยู่ในแวดวงของการใช้สมุนไพรไทย หรือผู้ที่ได้ทดลองใช้สมุนไพรไทย ด้วยตนเองต่างก็มีความคิดเห็น มีข้อชี้แนะเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงามในแง่มุม ต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยจะขอยกมาพอสังเขป ดังนี้

รศ.พญ. ญัญญา รัชตะนาวิน (หมอบ้าน ๒๘๘ เดือนเมษายน ๒๕๔๖) กล่าวว่า

“ในทางการแพทย์ที่ใช้หลายอย่างก็มาจากพืช แต่ในทางการแพทย์ได้คัดกรองตัวที่เป็นสารออกฤทธิ์ออกมา คือทำการศึกษาจนทราบได้ว่าสารตัวนี้แหละ (สารบริสุทธิ์) ที่ออกฤทธิ์ แล้วเราก็คัดกรองออกมาใช้ เพราะฉะนั้นประสิทธิภาพและการรักษาจะเชื่อถือได้มากกว่า

สมุนไพรต่าง ๆ ที่บอกว่ารักษาฝ้าได้ น่าจะเป็นความจริง แต่สัดส่วนที่ได้ผลไม่น่าจะสูงกว่าร้อยละ 20-30 แต่สารเคมีที่นำมาเป็นยาแล้วจะมีประสิทธิภาพสูงกว่าร้อยละ 50-70 เพราะฉะนั้นถ้าจะใช้สมุนไพรและถามว่าจะเป็นอันตรายไหม ก็ต้องใช้วิจารณ์ด้วย ถ้าหากสมุนไพรนั้นมีลักษณะเป็นใบไม้ ดอก รากไม้ น่าจะปลอดภัยกว่าที่เป็นสารสกัดออกมาเป็นเม็ด และสรรพคุณของพืชนั้น ๆ ถ้าคิดว่าเกินจริงหรือเหลือเชื่อ ก็อาจจะเป็นเช่นนั้นจริง ๆ เช่น ที่โฆษณาว่าสามารถรักษาฝ้าให้หายขาดมีโอกาสเป็นไปได้น้อยมาก

ส่วนสมุนไพรบางอย่าง เช่น ชะเอมเทศ ใบหม่อน หรือพวกขมิ้น ส่วนใหญ่จะมีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งสารอนุมูลอิสระจะเป็นตัวกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงที่ผิวหนังและกระตุ้นการสร้างเมลานิน เพราะฉะนั้นการใช้สมุนไพรกลุ่มนี้อาจจะช่วยได้ระดับหนึ่ง

ส่วนใหญ่พอพูดว่าสมุนไพรคนจะคิดว่าไม่มีอันตรายแล้วคิดว่ายาคือสารเคมีแต่สมุนไพรไม่ใช่ จริง ๆ แล้วสมุนไพรก็คือสารเคมีและพืชเองก็ทำให้เกิดผื่นแพ้และระคายเคืองได้เช่นกัน..”

น.พ.สมทรง รัชษ์เฒ่า อธิบดีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (สมุนไพรเพื่อสุขภาพ ฉบับที่ 29 เดือนมีนาคม-เดือนเมษายน 2546) กล่าวว่า “ปัจจุบันผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสมุนไพรไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์อาหารจำพวกเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของพืชสมุนไพร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องสำอาง และยาสมุนไพรกำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั่วโลก เพราะเชื่อว่าสมุนไพรเป็นสิ่งที่ได้มาจากธรรมชาติปราศจากสารเคมีที่เป็นพิษ จึงสามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่องและไม่เป็นอันตรายต่อร่างกายนับเป็นความเชื่อที่ไม่ถูกต้อง เนื่องจากการใช้สมุนไพรนั้นหากใช้ไม่ถูกต้องหรือในปริมาณที่มากเกินไป หรือใช้ติดต่อกันเป็นเวลานานอาจทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกายมากกว่าการบำรุงหรือรักษาสุขภาพ โดยเฉพาะการใช้ยาสมุนไพรเพื่อรักษาโรค ปริมาณที่ใช้ควรขึ้นอยู่กับชนิดและฤทธิ์ของสมุนไพรแต่ละชนิด และหากใช้แล้วมีอาการไม่ดีขึ้นหรือเกิดอาการแพ้ควรหยุดใช้ยาทันทีที่สำคัญควรใช้สมุนไพรให้ถูกกับโรค เพศ และวัยของผู้ป่วย เช่น สมุนไพรกวาวเครือ สำหรับผู้สูงอายุ ห้ามนำไปใช้กับคนหนุ่มสาว นอกจากนี้ผู้บริโภคบางกลุ่มเห็นว่าการใช้สมุนไพรตามแผนโบราณเป็นเรื่องล้าสมัยไม่สะดวกในการใช้ เช่น สมุนไพรบางชนิดต้องนำไปต้มหรือดองเหล้าก่อน จึงได้ทำการคิดค้นดัดแปลงหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพในหลาย ๆ รูปแบบที่แตกต่างไปจากตำรับยาแผนโบราณที่มีความปลอดภัย...”

เภสัชกรหญิงสุภาภรณ์ ปิติพร แห่งโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร (หมอชาวบ้าน ฉบับที่ 286 เดือนกุมภาพันธ์ 2546) กล่าวว่า “..สมัยก่อนเราไม่ได้ใช้สารเคมี สาว ๆ ที่รักสวยรักงามก็จะเสริมแต่งจากของธรรมชาติที่มีอยู่รอบตัวอย่างเช่น ใช้สีผึ้งทาปาก ใช้แป้งว่านทาหน้า หรือกะเมลดิบานเย็นมาทาผิว (เมลดิบานเย็นมีไขมัน) หรือเคียน้ำมันไฉฝม...”

นลธวัช พรหมจินดา (สมุนไพรเพื่อสุขภาพ ฉบับที่ 28 เดือนกุมภาพันธ์ 2546) จากบทสัมภาษณ์ในตอนหนึ่งว่า “...สมุนไพรไทยอยู่คู่กับสังคมไทยมาค่อนข้างจะยาวนาน จุดหนึ่งที่ทำให้สิ่งเหล่านี้สามารถครองใจและอยู่ในตลาดของคนไทยได้ คือคุณภาพที่ดีและมีประโยชน์ต่อร่างกาย ไม่มีสารเคมีตกค้าง หรือก่อให้เกิดอาการแพ้ระคายเคืองต่าง ๆ ถึงแม้จะมีแต่ก็น้อยมาก และผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ เช่น แชมพูดอกอัญชันซึ่งเป็นสินค้าจากกลุ่มชาวบ้าน เหตุผลที่ใช้จุดหนึ่งผมคิดว่าถ้าเกิดผู้ผลิตเขามีความตั้งใจอย่างจริงจังแต่ไม่มีผู้ให้การสนับสนุน สิ่งดี ๆ เหล่านี้คงไม่เกิดขึ้น ฉะนั้นการสนับสนุนส่งเสริมหรือการให้ความร่วมมือ ความมีน้ำใจแก่กันเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในสังคม นอกจากจะให้ชุมชนมีรายได้แล้วยังทำให้ทุกคนมีความสุขด้วย...การใช้สมุนไพรในชีวิตประจำวันเป็นการสร้างนิสัยของคนไทยอย่างหนึ่ง ทำให้เรารู้สึกรักและภาคภูมิใจกับความเป็นประเทศชาติกับความเป็นไทย แล้วทำให้รู้ว่าจริง ๆ แล้วทุกอย่างสามารถบำบัดได้ด้วยธรรมชาติของตัวเอง”

นอกจากความคิดเห็น และข้อชี้แนะดังที่กล่าวมาแล้ว ปัญหาอื่น ๆ ที่พบในยุคปัจจุบันในเรื่องของการนำสมุนไพรมาใช้ก็คือ ประชาชนรุ่นหลัง ๆ ไม่ค่อยเข้าใจและไม่ได้ศึกษาเรื่องของสมุนไพรอย่างถ่องแท้และแทบไม่รู้จักหน้าตาที่แท้จริงของสมุนไพรชนิดนั้น ๆ เลย แม้ว่าจะศึกษาจากตำราที่เกี่ยวกับสมุนไพรและได้ศึกษาจากสื่อต่าง ๆ แล้วก็ตาม

จากข้อมูลและความคิดเห็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่าสมุนไพรนั้นมีมากมายหลายชนิด หลากหลายรูปแบบ ซึ่งมากด้วยสรรพคุณทั้งด้านการทำเป็นยารักษาโรค เป็นสมุนไพรไทยเพื่อบำรุงสุขภาพร่างกาย และเพื่อความงาม ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการที่ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพรไทย ว่าประชาชนสนใจมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยอย่างไร มีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยเพียงใด มีทัศนคติและมีระดับการใช้สมุนไพรไทยอย่างไร เพื่อให้ทราบถึงระดับความนิยมและแนวโน้มของการใช้สมุนไพรไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย และระดับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติหลังการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับการใช้สมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติกับการใช้สมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการใช้สมุนไพรไทย

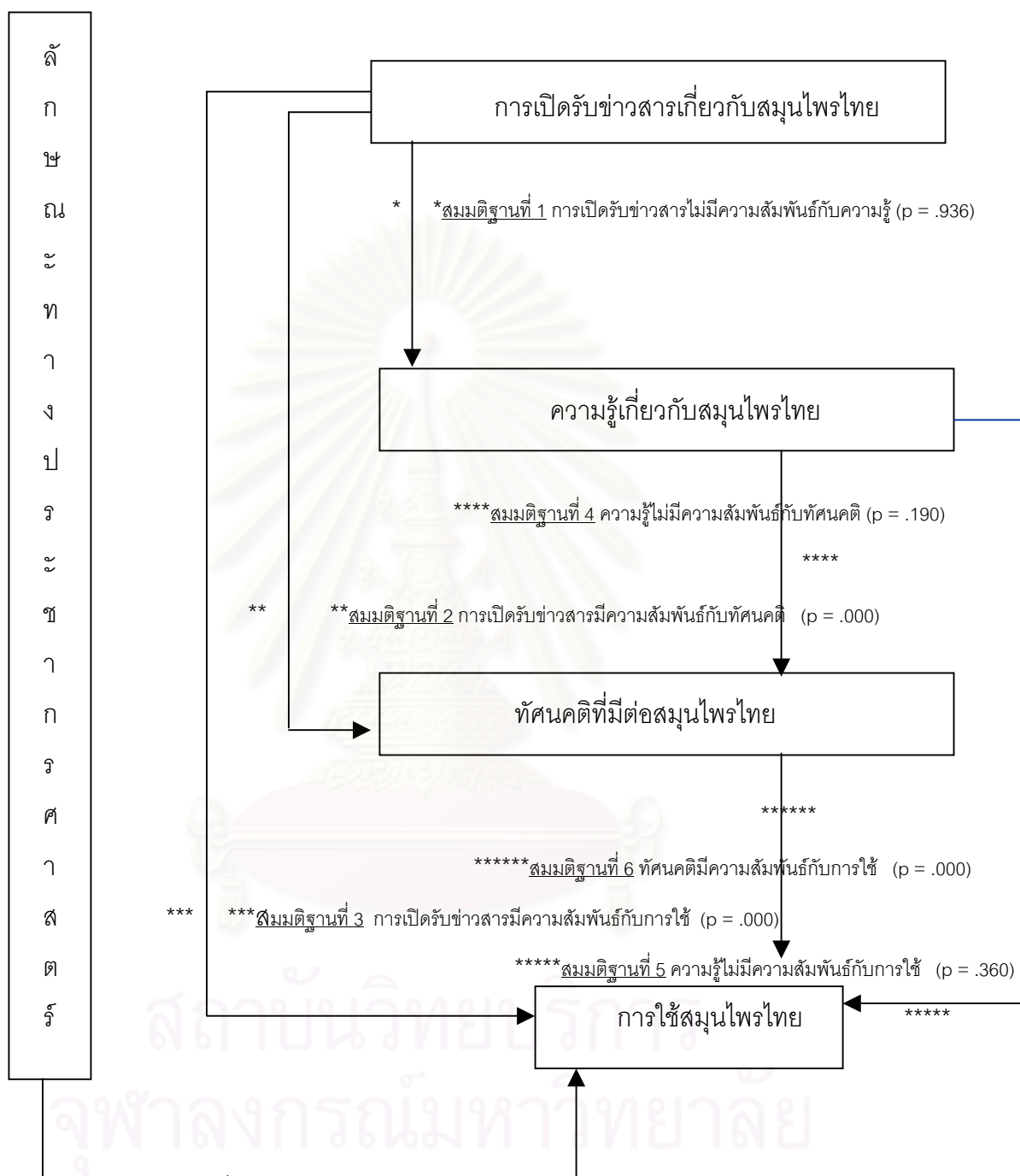
ปัญหาในการนำวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยอย่างไร
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยอย่างไร
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติอย่างไรเกี่ยวกับสมุนไพรไทย
4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการใช้สมุนไพรไทยในระดับใด
5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความรู้ทัศนคติ และการใช้สมุนไพรไทยหรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย
4. ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย
5. ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย
6. ทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย
7. กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
8. กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
9. กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
10. กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานที่ 7 กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน (p = .001)

สมมติฐานที่ 8 กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน (p = .184)

สมมติฐานที่ 9 กลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน (p = .073)

สมมติฐานที่ 10 กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน (p = .360)

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษากลุ่มเป้าหมายทั้งเพศชายและเพศหญิงในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย ทักษะคิด และการใช้สมุนไพรไทย โดยศึกษาเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาการใช้สมุนไพรไทย
2. เพื่อทราบถึงความนิยมในการใช้สมุนไพรไทย อันจะเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับผู้ที่ต้องการวิจัยสมุนไพรไทยเฉพาะด้าน ทั้งในด้านสมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ และสมุนไพรไทยเพื่อความงาม
3. เพื่อทราบผลของการสื่อสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่มีต่อผู้รับสารอันจะนำไปสู่การปรับปรุงเนื้อหาสารและวิธีการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
4. เพื่อเป็นแนวคิดในการสื่อสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยในสาขาต่าง ๆ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิยามศัพท์

สมุนไพรไทย	หมายถึง	สมุนไพรไทยที่ได้จากพืชที่ใช้เพื่อประโยชน์ด้านการรักษาโรค เพื่อสุขภาพ และสมุนไพรเพื่อความงามที่อยู่ในรูปของธรรมชาติและในรูปของการผ่านกระบวนการแปรสภาพแล้วเช่น แคปซูล, ยาขง, เจล, ครีม, โลชั่น และ ผง
กลุ่มเป้าหมาย	หมายถึง	ประชาชนทั้งเพศชายและหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 5 สาขาอาชีพ กลุ่มที่ 1 นิสิต / นักศึกษา กลุ่มที่ 2 อาชีพค้าขาย กลุ่มที่ 3 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ กลุ่มที่ 4 พนักงานเอกชน กลุ่มที่ 5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพส่วนตัว
การเปิดรับข่าวสาร	หมายถึง	การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องสมุนไพรไทยทั้งในด้านการรักษาโรค เพื่อสุขภาพ และเพื่อความงามจากสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชน, สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
ความรู้	หมายถึง	ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย
สื่อมวลชน	หมายถึง	วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
สื่อบุคคล	หมายถึง	สมาชิกในครอบครัว ญาติ คนรู้จัก เพื่อน รวมถึงผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทย
สื่อเฉพาะกิจ	หมายถึง	สื่อสิ่งพิมพ์, สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรม เช่น การแจกสินค้าตัวอย่าง

ทัศนคติ	หมายถึง	ความรู้สึกที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยทั้งประสิทธิภาพและความเชื่อในเรื่องประสิทธิผลเพื่อการรักษาโรค เพื่อสุขภาพ และเพื่อความงาม
ใช้เป็นประจำ	หมายถึง	การใช้สมุนไพรเป็นประจำทุกวัน
ใช้บ่อย	หมายถึง	การใช้สมุนไพรทุกครั้งที่ต้องการ
ใช้เป็นบางครั้ง	หมายถึง	การใช้สมุนไพรเมื่อเหตุจำเป็นต้องใช้แต่ไม่บ่อย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ ทักษะ และการใช้สมุนไพรรักษาโรคของคนกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยได้นำทฤษฎีแนวคิดตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

1. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ ทักษะ และพฤติกรรม
4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (ดุฒิชัย จ้างงค์ : 2523)

Collin กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสารกันนั่นเอง (An Act of sharing) และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

เลิร์นเนอร์ (Lerner, 1958 : 56) ได้ให้คำจำกัดความการเปิดรับสื่อมวลชนว่า หมายถึงอัตราส่วนของประชาชนที่มีวิทยุ จำนวนจำหน่ายหนังสือพิมพ์ และจำนวนผู้ที่นั่งดูภาพยนตร์ต่อประชาชน 1,000 คน และเลิร์นเนอร์เป็นคนแรกที่ศึกษาอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชนในประเทศตะวันตกกลาง ในปี ค.ศ. 1958 และพบว่า เมื่อมีการขยายตัวของชุมชนจนกลายเป็นเมืองจะช่วยให้การพัฒนาด้านความรู้หนังสือ และระดับการเรีนรู้ที่สูงขึ้นจะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้นในทำนองเดียวกันเมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจากการ

พัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชนและการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เองจะช่วยยกระดับการรู้หนังสือมากขึ้นด้วย

สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อ คือ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ, ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับนั่นเอง จึงเห็นได้ว่าข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตมนุษย์เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จำนาง, 2523)

ดังนั้น องค์ประกอบด้านผู้รับสารจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ทราบว่าการสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ และผู้รับสารจะมีการตอบสนอง (Feedback) อย่างไรหลังจากที่ได้รับข่าวสารไปแล้ว แอทกิน (Atkin, 1973) ให้ความเห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคล อาจมาจากเหตุผลที่สำคัญ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. ความต้องการได้รับข่าวสาร
2. การเลือกสรรข่าวสาร
3. การเปรียบเทียบผลตอบแทนที่ได้รับ

1. ความต้องการได้รับข่าวสาร

ความต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) เกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคลที่มีสาเหตุมาจาก

- การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการอยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ยิ่งเป็นเรื่องสำคัญยิ่งมีความต้องการอยากรู้และความไม่แน่ใจสูง ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ เฟสติงเจอร์ (Festinger, 1957) ที่ว่าตามปกติบุคคลจะมีข่าวสารที่สนับสนุนทัศนคติของตนอยู่ แต่เมื่อใดที่บุคคลได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้วจะนำไปสู่ภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจ (Cognitive dissonance) ทำให้เกิดการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมหรือข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติที่มีอยู่เดิม ดังที่เฟสติงเจอร์ (Festinger) พบว่าบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และจะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง

ดังนั้นคุณสมบัติที่อยู่ในตัวผู้รับสารจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการที่จะกำหนดรูปแบบของปฏิกิริยาตอบโต้ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารต่าง ๆ เข้ามา ถ้าข่าวสารใดไม่สอดคล้องกับความรู้ ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติของตนเอง หรือปทัสถานของกลุ่มแล้ว ข่าวสารนั้นจะได้รับความสนใจน้อย ประชาชนผู้รับสารจะปิดการรับข่าวสารดังกล่าว หรือหากเปิดรับก็จะไม่สนใจอย่างแท้จริง

- การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic uncertainty)

- ความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจอันเกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้

แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ มีการเลือกรับสื่ออื่น เกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารด้านต่าง ๆ ได้แก่ องค์ประกอบด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร, การเลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน และองค์ประกอบทางด้านสังคม เช่น สภาพแวดล้อม สภาพทางครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร ตลอดจนสภาพแวดล้อมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

- การเลือกสรรข่าวสาร

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงถึงบ่อยว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสารก็คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective process) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูงหรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ตามความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ และความรู้สึกลึกซึ้งที่นึกคิดที่ไม่เหมือนกัน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T.Klapper, 1967 : 49 อ้างใน พีระ จิโรโสภณ ; 2529 : 637) กล่าวว่า กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวนสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้

- การเลือกเปิดรับหรือสนใจ (Selective exposure or selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎีดังกล่าวนี้และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทศนคติเดิมของผู้รับสาร ตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจที่กล่าวไว้ (Festinger L.A. : 1995 อ้างถึงใน พีระ จิโรโสภณ : 2530) บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่แล้วจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลย์หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive dissonance ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะ ดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลจะยังมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์

- การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว มิใช่ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งถึงจึงมิได้อยู่ที่อักษรรูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ เลือกตีความหมายตามความเข้าใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์

- กระบวนการเลือกจดจำ (Selective retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งออกไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชนบางฉบับบางรายการ ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ผู้รับสารก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือตามความต้องการของตน แต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างไปได้ ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นชั้นสุดท้าย กล่าวคือ เลือกจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

3. การเปรียบเทียบผลตอบแทนที่ได้รับ

แอทกิน (Atkin, 1973) ชี้ให้เห็นว่าในการแสวงหาข่าวสารของบุคคลนั้น บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward value) การลงทุนลงแรง (Expenditure) และภาวะผูกพัน (Liabilities) ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่ติดตามาคือ

- ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงหรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น
- ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลนั้นก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น ๆ (Information ignoring)
- ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจหรือไม่แน่ใจมากขึ้น ฯลฯ บุคคลก็อาจจะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น ๆ
- ในกรณีที่บางครั้งความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสาร บุคคลก็อาจจะต้องรับข่าวสารอย่างไม่เต็มใจ (Information yielding)

นอกจากนี้ ในกระบวนการเปิดรับข่าวสารนั้น แคลปเปอร์ (Klapper, 1963 : อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2538 : 121-124) ได้กล่าวว่า ในการสื่อสารของเรานั้นการเลือกเปิดรับสารมี 4 ลักษณะ ดังนี้

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure)

ในชีวิตประจำวันของเรานั้น เรามีโอกาสที่จะรับสารจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) ต่าง ๆ จำนวนมากมาย แต่เรามีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการรับข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ หรือเรามีความพึงพอใจหรือไม่พอใจต่อแหล่งสารหรือผู้ส่งสารแตกต่างกันไป ดังนั้นเราจึงมักเลือกรับหรือเลือกใช้สารจากผู้ส่งสารที่เราพอใจเท่านั้น โดยปกติแล้วเราจะเลือกรับหรือเลือกใช้สารจากแหล่งที่เสนอความคิดเห็นและทัศนคติที่สอดคล้องกันกับทัศนคติและความคิดของเรา ทั้งนี้เพราะว่าโดยธรรมชาติแล้วคนเรามีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้อง (Protect), รักษา (Maintain), และส่งเสริม (Enhance) ความเป็นตัวของตัวเอง (Self-concept) จึงสรุปได้ว่าการเลือกรับหรือการเลือกใช้สารจะเลือกจากแหล่งหรือผู้ส่งสารที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากความคิดหรือทัศนคติของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

นอกจากการเลือกผู้ส่งสารแล้ว การเลือกให้ความสนใจต่อสารที่ได้รับ นักทฤษฎีข่าวสาร (Information Theorist) กล่าวว่า สายตาของคนเราสามารถที่จะรับข้อมูลได้ 5 ล้านส่วน ใน 1 วินาที แต่สมองของคนเราสามารถที่จะรับได้เพียง 500 ส่วน ใน 1 วินาที ดังนั้นคนเราจึงต้องเลือกที่จะให้ความสนใจต่อสารเท่าที่สมองของคนเราจะรับสารนั้นได้ นอกจากนี้เราเลือกสารโดยอาศัยความสนใจที่เรามีต่อสารนั้นแล้ว เรายังเลือกรับสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของเรา และหลีกเลี่ยงที่จะรับสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของเราด้วย

3. การเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation)

เราเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายสารตามประสบการณ์ของเรา เนื่องจากคนเราแต่ละคนมีประสบการณ์ต่างกัน ดังนั้นการรับรู้และการตีความหมายของคนต่อสิ่งเดียวกันจึงไม่เหมือนกัน อุปสรรคหรือปัญหาของการสื่อสารอันเนื่องมาจากการเลือกรับรู้ และการตีความหมายของคนอยู่ตรงที่ว่า เรามักจะไม่ค่อยรู้ตัวว่าคนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นการรับรู้หรือการตีความหมายสิ่งที่เราได้พบจึงมีความแตกต่างกันไปด้วย ความหมายรวม (Common meaning) หรือความเข้าใจร่วมกัน (Common understanding) ซึ่งเป็นหัวใจของการสื่อสารจึงไม่เกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นน้อยทำให้การสื่อสารผิดพลาดหรือล้มเหลว เพราะโดยปกติเมื่อเรารับสารมาแล้ว เราจะเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายสารโดยการเลือกรับรู้ในการตีความหมายสารนี้เรามักจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของเรา

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

นอกจากการเลือกรับรู้และการตีความหมายของสารแล้ว เรายังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารไว้เป็นประสบการณ์ของเราเพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปด้วย ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าคนเราสามารถจดจำเรื่องที่สอดคล้องหรือสนับสนุนกับความคิดของเราได้ดีกว่าเรื่องที่ขัดแย้งหรือต่อต้านความคิดเห็นของเรา ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารที่เราได้รับจึงเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

การเลือกรับข่าวสารยังมีองค์ประกอบย่อยที่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกสรรของมนุษย์ตามที่ ชรามม์ (Schramm, 1973 : 121-122) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกันทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับข่าวสารจะเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์และสภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อ (Media) เป็นหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ (สนั่น ปัทมะทิน, 2520 : 3) หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อคือพาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) (เสถียร เศษประดับ, 2528 : 32)

1. **สื่อมวลชน (Mass Media)** หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลสามารถส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยทั่วไปแล้วสื่อที่เรียกว่า สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ (ประมะ สตะเวทิน, 2538 : 134-135)

L. Maclean Jr., 1957 และ Everette M. Rogers with Lynne Svenning, 1969 อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน (2539 : 69-72) ได้กล่าวถึงสื่อมวลชนว่ามีลักษณะดังนี้

1. สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก เพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยีไม่ได้ อาศัยขีดความสามารถตามธรรมชาติของสื่อบุคคล ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่ห่างไกลออกไป และกระจายในหลายพื้นที่ได้ในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกัน

2. ความรวดเร็วในการสื่อสารกับคนจำนวนมาก สื่อมวลชนสามารถนำสารจากแหล่งข้อมูลไปสู่คนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วและเวลาใกล้เคียงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี

3. บรรจุเนื้อหาหลากหลาย เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้จำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะทางประชากรและสถานที่ สื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่ในการตอบสนองผู้รับสารให้ได้พร้อมกัน ด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ทั้งข่าว ความรู้ ความคิดเห็น ความบันเทิงและโฆษณา

4. นำสารไปสู่ประสาทสัมผัสของผู้รับสารได้อย่างจำกัดในขณะที่สื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้รับสารกับผู้ส่งสารซึ่งอยู่ห่างไกลกัน ผู้รับสารจะสามารถรับสารจากผู้ส่งสารที่อยู่ห่างไกลได้เพียง 2 ทาง คือ การเห็นและการได้ยิน หากแบ่งสื่อมวลชนออกตามลักษณะการรับสารของผู้รับสารก็อาจแบ่งได้เป็น

สื่อที่รับได้ด้วยการเห็น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิว

สื่อที่รับได้ด้วยการได้ยิน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง

สื่อที่รับได้ด้วยการเห็นและการได้ยิน ได้แก่ ภาพยนตร์และวิทยุโทรทัศน์

5. ได้รับการสื่อสารกลับที่จำกัด แม้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงผู้สื่อสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน แต่เนื่องจากความห่างไกล ผู้สื่อสารและผู้รับสารจึงมีขีดความสามารถที่จำกัดในการส่งและรับสารโอกาสที่ผู้ส่งสารจะได้รับทราบการสื่อสารกลับ (Feedback) จากผู้รับสารจึงมีอยู่อย่างจำกัด กล่าวคือ มีน้อยกว่าสื่อบุคคลและเป็นการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback)

6. เป็นการสื่อสารทางเดียว จากขีดจำกัดของการได้รับการสื่อสารกลับทำให้การสื่อสารมวลชนที่ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อในการสื่อสารมีลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) มากกว่าการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้สื่อบุคคล ซึ่งการรับทราบการสื่อสารกลับเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีมาก

7. ความถูกต้องของสารมีมาก เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน เนื้อหาของสารที่ถูกรวบรวมในสื่อมวลชนเมื่อไปสู่ผู้รับสารจึงเป็นเนื้อหาเดียวกันไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใครหรืออยู่ที่ใด ดังนั้นความถูกต้องของสารจึงมีมาก

8. ไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ จากลักษณะของการนำสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน สื่อมวลชนจึงไม่สามารถเลือกผู้รับสารคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งได้โดยเฉพาะ

9. ประสิทธิภาพของการสื่อสารมีจำกัด เนื่องจากผู้รับสารมีความแตกต่างกัน ผู้รับสารมีจำนวนมากและไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ ดังนั้นการจะเตรียมเนื้อหาของสารในสื่อมวลชนให้เป็นที่น่าสนใจและถูกใจผู้รับสารทุกคนจึงเป็นไปได้

10. การไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสาร ในการรับสารนั้นผู้รับสารจะทำการเลือก (Select) โดยการใช้สื่อ (Selective Exposure) การเลือกให้ความสนใจเนื้อหาของสื่อ (Selective Attention) การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อ (Selective Perception / Interpretation) ผู้รับสารสามารถที่จะเลือกใช้หรือไม่ใช้สื่อมวลชนก็ได้ ผู้ส่งสารจึงไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสารได้และไม่อาจมีอิทธิพลต่อผู้ที่ไม่ได้ใช้สื่อมวลชนได้

11. ให้ทราบข่าวสารและความรู้มากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร จากการที่ผู้รับสารสามารถเลือกใช้สื่อมวลชนได้และการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารก็เป็นการใช้ตามความต้องการ รสนิยม และทัศนคติเดิมของตน สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริม สนับสนุน ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารมากกว่าที่จะเป็นผู้เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T.Klapper, 1960 : 15-49, อ้างในปรมะ สตะเวทิน, 1533 : 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของผู้รับสาร คือ

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้นไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) บุคคลจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติดังใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่นและสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกรับสารของผู้รับสาร (Selective Process) บุคคลจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยมซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้และตัดสินใจว่าควรเชื่อถือสื่อมวลชนใดดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของบุคคลให้มีความเข้มแข็งขึ้นและพร้อมที่แสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนได้เพียงเล็กน้อยและมักเป็นทัศนคติที่ยังไม่มั่นคง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกหรือเปลี่ยนไปในทางตรงกันข้ามนั้นเป็นไปได้ยาก อาจเปลี่ยนแปลงได้บ้างแต่ต้องใช้เวลาและบุคคลต้องได้รับข่าวสารเพียงพอ อย่างไรก็ตามอิทธิพลของสื่อมวลชนในด้านการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติให้แก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลไม่เคยมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน และต้องได้รับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม ไม่ใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลทันทีทันใด

2. สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1978) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไปหรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้นควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

แคทซ์ และลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955 : 27 อ้างถึงในสุภารักษ์ จุตระกูล : 2537 หน้า 13) เห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจิตใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวคิดของลาซาร์สเฟลด์ และแมนเซล (Lazarsfeld and Manzel, 1968 : 97) มี 4 ประการ คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปได้อย่างยากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้าเปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่ายเป็นกันเองจึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน

ชแรมป์ (Scharmm, 1967) ได้กล่าวถึงข้อสารที่เป็นสื่อบุคคล คือ ข้อสารที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ข้อสารแบบนี้มีประสิทธิภาพมากกว่าข้อสารที่เป็นสื่อมวลชนในการจูงใจผู้รับสาร ข้อสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลสามารถปฏิบัติภารกิจได้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิธี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขข่าวสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน การที่ข้อสารที่เป็นสื่อบุคคลมีระดับของปฏิกริยาตอบสนองสูงทำให้สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสาร เลือกลงเลือก หรือตีความสารและเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่าสื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง

โรเจอร์ (Rogers, 1978) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของเบตติงเฮาส์ (Bettinghaus, 1968 : 180) ที่ว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่แต่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้ากันทั้งสิ้น

3. สื่อเฉพาะกิจ

สมควร กวียะ (2530) ได้ให้คำจำกัดความของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า คือ สิ่งที่สร้างขึ้น หรือซื้อหรือเช่าโดยองค์กรใดองค์กรหนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์องค์กรนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อให้ประโยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่กลุ่มประชาชนกลุ่มนั้น ๆ การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ

อาดัมส์ (Adams, 1974 : 162-167) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่นวัตกรรมและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่างโดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสารแผ่นพับ แผ่นปลิว ออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct Mail) นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลกและทันสมัยในสังคมนั้น ๆ

เกศินี จุฑาวิจิตร (2540: 135) กล่าวว่า สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม โดยสื่อเฉพาะกิจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทกว้าง ๆ ดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed media) สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจควรมีลักษณะที่สำคัญ คือจะต้องตอบสนองวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน นอกจากเนื้อหาหรือสารจะต้องมีความชัดเจนแล้ว รูปแบบก็ต้องมีความน่าสนใจด้วย เช่น การใช้สี จัดหน้า ขนาดตัวอักษร การใช้ภาพที่สื่อความหมาย ฯลฯ ที่สำคัญที่สุดคือ การแจกจ่ายไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ จะต้องแจกจ่ายให้ทั่วถึงและตรงกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะกิจ คือ สื่อเฉพาะกิจที่ผลิตออกมาในรูปแบบแสงและเสียง เช่น สปอตวิทยุ สปอตโทรทัศน์ เทปบันทึกเสียง วีดิทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์ เป็นต้น ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นสื่อเพื่อการพัฒนาได้ โดยการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้วยการใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ

3. สื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดแสดงนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดชบวนแห่ การจัดรถเคลื่อนที่ (Mobile unit) การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุหรือโทรทัศน์ เป็นต้น ลักษณะที่สำคัญของการใช้สื่อกิจกรรมเป็นสื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจโดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์และความบันเทิงไปพร้อมกัน

สำหรับสื่ออื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ ของที่ระลึกหรือของขวัญที่ทางหน่วยงานนั้น ๆ จัดทำขึ้นเพื่อจำหน่ายหรือแจกจ่ายฟรีให้แก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือโครงการนั้น ๆ โดยกระตุ้นย้ำเตือนให้นึกถึงหรือเกิดความตระหนักถึง ซึ่งของที่ระลึกหรือของขวัญนั้นสามารถจัดทำขึ้นได้หลายรูปแบบเช่นกัน

จะเห็นได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจนี้สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยแนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่าสื่อเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งของการเปิดรับข่าวสารความรู้ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติทั้งในด้านการเปลี่ยนแปลง การยอมรับ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลในด้านของพฤติกรรมตามมาในเรื่องของการใช้สมุนไพรไทยทั้งในเพื่อการรักษาโรค เพื่อสุขภาพ และเพื่อความงาม

3. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

แนวคิดนี้ได้ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของ 3 ตัวแปร คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับการปฏิบัติ (Practice) บางครั้งเรียกว่าแบบจำลอง KAP เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติอันจะนำไปสู่พฤติกรรมหรือการปฏิบัติในที่สุด (อรรวรรณ ปิรันธน์โอภาท, 2545 : 35)

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของคนได้ ซึ่งได้มีผู้ให้ขอบเขตคำนิยามเกี่ยวกับความรู้ไว้ เช่น

บรูมและคณะ (Bloom and Others, 1971 : หน้า 271) ให้ความหมายว่า "ความรู้ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกได้ถึงวิธีการ กระบวนการ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำ"

กู๊ด (Good, 1973 : 325) ให้ความหมายว่า "ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์และข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับและรวบรวมสะสมไว้จากมวลประสบการณ์ต่าง ๆ"

อรรถวรรณ ปิลาพันธ์โหวาท (2542 : 35) ให้ความหมายว่า "ความรู้ หมายถึง การได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ กฎเกณฑ์ แนวปฏิบัติ สิ่งของ เหตุการณ์ หรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือจากสื่อต่าง ๆ ประกอบกัน"

ดังนั้น ความรู้จึงเป็นข้อเท็จจริงที่บุคคลได้รับจากประสบการณ์ การสังเกต หรือจากสื่อต่าง ๆ แล้วเกิดการจดจำและได้รับการสั่งสมมาโดยที่บุคคลนั้นสามารถที่จะระลึกได้ถึงรูปแบบวิธีการ หรือกระบวนการเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ

กระบวนการของการเรียนรู้ (Learning Process)

บรูเนอร์ (Bruner อังโน กันยา สุวรรณแสง, 2542 : 171) ได้กล่าวถึงกระบวนการเรียนรู้ว่าเป็นการผสมผสานกันของ 3 กระบวนการ ซึ่งทั้ง 3 กระบวนการนี้อาจเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน หรือเกิดเรียงลำดับกันก็ได้คือ

1. Acquisition เป็นกระบวนการของการรวบรวมความรู้ใหม่ ๆ เข้าแทนที่ความรู้เก่า หรือเป็นการจัดระเบียบโครงสร้างของความรู้ที่ได้รับให้เป็นระเบียบมากขึ้น

2. Transformation เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงความรู้ที่ได้รับมานั้นให้เกิดประโยชน์ ต่อประสบการณ์หรือสถานการณ์ใหม่ ๆ หรือเกิดแนวความคิดใหม่ ๆ ที่จะจัดระเบียบโครงสร้างของ ความรู้เดิมนั้นเพื่อให้สัมพันธ์หรือต่อเนื่องกับสถานการณ์หรือความรู้ใหม่

3. Evaluation เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกับข้อ 2 โดยผู้เรียนจะประเมินว่าสิ่งที่เปลี่ยน (transform) ไปนั้นเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดี หรือทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ก้าวหน้าขึ้นหรือไม่เพียงใด เป็นต้น

การประเมินความรู้เป็นการประเมินความเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหาและทักษะใน การใช้เนื้อหาความรู้ตามที่นักวิชาการ บลูมและคณะ (Bloom and Others, 1971) ได้แยกกระตบ ความรู้ไว้ 6 ระดับ คือ

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเรื่องเฉพาะวิธีปฏิบัติ กระบวนการและแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลออกมาจาก ความจำได้

2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายถึง บุคคลสามารถทำบาง สิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านี้ได้ด้วยถ้อยคำของตน สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายแปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่นๆ หรือ คาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. ระดับการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็น นามธรรมไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิด แยกออกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. ระดับการสังเคราะห์ (Synthesis) คือการนำเอาข้อมูล แนวความคิดมาประกอบกัน แล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ที่แตกต่างกันไปจากเดิม

6. ระดับของการประเมิน (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์การรวบรวมผล วัดข้อมูลตามมาตรฐานเพื่อใช้ตัดสินใจในกิจกรรมแต่ละระดับ

ทั้งนี้การเรียนรู้เป็นกระบวนการอันหนึ่งที่บุคคลจะเปลี่ยนพฤติกรรม ความรู้สึก ความคิด เห็นและการกระทำของตนเองโดยได้ลงมือปฏิบัติจริง ๆ การเรียนรู้เป็นกิจกรรมอันหนึ่งที่จะทำให้บุคคลเปลี่ยนแปลงไปภายหลังเพราะได้เรียนบางสิ่งบางอย่าง เราจึงเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงความรู้ที่มีอยู่เก่า กระทำหรือดำเนินกิจกรรมบางอย่างผิดจากแต่ก่อนหรือเปลี่ยนทัศนคติความคิดเห็นในเรื่องบางเรื่อง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ยอมรับ

การทำให้เกิดการยอมรับปฏิบัติหรือพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถสังเกตได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้หรือการรับรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้ก็จะพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าได้

การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่ตามปกติมักเกิดจากทัศนคติของบุคคลนั้น ทัศนคติจึงเป็นเสมือนเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้น ชวาร์ตซ์ (Schwartz อ้างใน อรรถวธ ปิลาธนีโอวาท, 2540 : 39-40) ได้กล่าวไว้ว่ามีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กันและทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

ทัศนคติเป็นนามธรรมที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ในชีวิตของบุคคลและทัศนคติมีความสำคัญต่อการตอบสนองทางสังคมของบุคคลเป็นอย่างมาก นั่นคือบุคคลมีพฤติกรรมอย่างไร หรือทำสิ่งใดลงไป ทัศนคติจะเป็นเครื่องกำหนดให้พฤติกรรมเป็นไปอย่างนั้น ทัศนคติจึงเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพของบุคคล และบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในลักษณะที่ต่างกันออกไป

นอกจากนี้ โรเจอร์ส (Rogers : 1973) ได้กล่าวเกี่ยวกับการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการ คือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของผู้รับสาร
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติของผู้รับสาร
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 นี้ จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน คือเมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็เกิดความรู้สึกความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ และความรู้ความเข้าใจนี้จะทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ตามมา

ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ

ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP-GAP ซึ่งโรเจอร์ส (Rogers, 1971 : 288-289) ได้อธิบายว่า ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่ นั้นแล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้วจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP-GAP ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุปก็คือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติอย่างไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่ นั่นคือ K (Knowledge) A (Attitude) P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กันแต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปทุกกรณี

ในการเปิดช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติ หรือ KAP-GAP นี้ โรเจอร์ส (Rogers, 1971 : 289-290) ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 ประการคือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้หรือวิธีปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรมโดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมหรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นแรงจูงใจแก่สมาชิกอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าว โดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก หรือกลุ่มเพื่อนฝูงเพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

นักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ทัศนคติ” มากมายหลายประการ ซึ่งมีทั้งความหมายด้านการรับรู้และความหมายด้านพฤติกรรม ซึ่งเป็นเรื่องของศาสตร์ทางจิตวิทยา ดังจะเสนอต่อไปนี้

“ทัศนคติ” (Attitude) มาจากภาษาละตินว่า "Aptus" แปลว่า โน้มเอียงและเหมาะสมนำมาใช้ในความหมายของคำว่า “Attitude” ว่าท่าทีแสดงออกของคนเราซึ่งบ่งบอกถึงสภาพจิตใจ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่าทัศนคตินั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ ดังนี้

Munn (1971 :7) ได้ให้คำจำกัดความของทัศนคติว่า คือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งของ บุคคล เหตุการณ์ สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

เดโช สนวนานนท์ (512 : 2) กล่าวถึงทัศนคติว่า เป็นบุคคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้ เปลี่ยนแปลงได้ และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

นอร์แมน แอล มัน (Norman L.Mun) ให้ความหมายว่า เป็นความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวคิดนั้น

ไซมัน เมย์ซาค และริชาร์ดสัน (Cyrun Mayshakk and E.Richardson) ให้ความหมายว่า เป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็นภาพของพฤติกรรมหรือส่วนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวกหรือทางลบต่อสถานการณ์ บุคคล หรือวัตถุ ทัศนคติเป็นแรงที่อยู่ภายในวัดได้จากปฏิกิริยาต่อตัวกระตุ้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและจะแสดงออกทางกายภาพ

ธงชัย สันติวงษ์ (2517 : 157-163) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ระเบียบของแนวคิด ความเชื่อ อุดมคติ และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล มีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการเรียนรู้จากการได้เกี่ยวข้องกับคนอื่น ๆ หรือสิ่งที่อ้างอิงถึงได้ เช่น บุคคล กลุ่มบุคคล สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความนึกคิดต่าง ๆ เมื่อทัศนคติได้ก่อตัวขึ้นแล้วไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ในทันที

L.L.Thurstone อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง ผลรวมทั้งหมดของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่ง รวมทั้งการแสดงออกทางด้านการพูด ความคิด หรือมติ (Option) ซึ่งความคิดเห็นหรือมตินี้เองที่เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นผลลัพธ์อย่างหนึ่งของการสื่อสาร เมื่อผู้รับสารได้เปิดรับข่าวสารตามกระบวนการสื่อสารแล้ว ผู้รับสารจะมีปฏิกิริยาต่าง ๆ หลังจากรับสาร เช่น คล้อยตาม เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ยอมรับหรือปฏิเสธ สิ่งเหล่านี้คือผลของการรับข่าวสารที่ส่งผลต่อความรู้สึก หรืออารมณ์ของผู้รับสารซึ่งสามารถเรียกอีกอย่างว่าทัศนคตินั่นเอง

ซิมบาโด และเอเบสเซม (Zimbardo and Ebbesem. 1977) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติที่สำคัญมีดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและสิ่งที่ไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีความเชื่อที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึกและอารมณ์ (Affective Component) คือ ลักษณะของการแสดงออกทางด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคน ๆ นั้น แล้วแต่ค่านิยมของคน

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงออกทางด้านทัศนคติได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจกรรมขององค์การและอื่น ๆ

2. ทศนคติเชิงลบ คือ ทศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่น ๆ

3. ทศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

ทศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น "สาธารณมติ" ไป

การเกิดทศนคติ

เรนซิส ไลเคิร์ต (Rensis Likert) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทศนคติของคน ซึ่งนับว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทศนคติตามหลักวิชาด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่าทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทศนคติต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทศนคติที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจาก ผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนี้ดีอย่างนั้นไม่ดีก็จะทำให้เด็กมีทศนคติต่อการกระทำ ต่าง ๆ ตามที่ได้รับทราบมา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กมีความเคารพเพื่อฟังพ่อแม่ เมื่อเห็นว่าพ่อแม่แสดงออกว่าไม่ชอบสิ่งใดก็ตาม เด็กจะเลียนแบบคือไม่ชอบสิ่งนั้นไปด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

ลักษณะของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคนมิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับประสบการณ์และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตามทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้อื่นเนื่องมาจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

ซิมบาร์โด และคณะ (Zimbardo and others, 1977 : 39-43) กล่าวว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะเป็นโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งข่าวสารนี้อาจจะมาจากบุคคลอื่นหรือมาจากอุปกรณ์สื่อมวลชนต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive Component) เป็นที่เชื่อกันว่าถ้าส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบอื่นก็จะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้เปลี่ยนแปลงก็จะมีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ (Affective Component) และส่วนประกอบด้านการปฏิบัติ (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วย

แมคไกวร์ (McGuire, 1968) กล่าวว่า ถ้าขบวนการสื่อความหมายหรือการติดต่อข่าวสารทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแล้ว จะเกิดขบวนการ คือการใส่ใจ ความเข้าใจ การยอมรับ การเก็บเอาไว้ และการกระทำในตัวผู้รับสาร การที่ขั้นตอนเหล่านี้จะเกิดในตัวบุคคลหรือไม่นั้นจะต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ หลายประการ เช่น ความสามารถทางสติปัญญา ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา และอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้อาจจะมีส่วนทำให้บางขั้นตอนไม่เกิดขึ้นได้

จุมพล รอดคำดี (2532) กล่าวว่า ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
2. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม

ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิดความรู้สึก และพฤติกรรมถูกกระทบในระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติของช่องทางการสื่อสาร และคุณสมบัติของผู้รับสาร ล้วนมีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

เฮอริเบิร์ต ซี เคลแมน (Herbert C. Kelman, 1967 : 469-471) ได้เสนอขบวนการที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล คือ

1. การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับอิทธิพลของผู้อื่นเพราะต้องการให้ผู้อื่น ปฏิบัติต่อตนในทางที่ตนต้องการ
2. การลอกเลียนแบบ (Identification) จะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลยอมรับอิทธิพลของบุคคลอื่น เพราะต้องการสร้างพฤติกรรมของตนให้เหมือนกับบุคคลในสังคม

3. การที่บุคคลยอมรับพฤติกรรมในสังคมที่เหมาะสมกับค่านิยมที่มีอยู่ในตัวเราแล้ว (Internalization)

4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

มนุษย์มีความแตกต่างกันในทางสัญลักษณ์ของร่างกาย บุคลิกลักษณะ พื้นเพของวัฒนธรรม ความสามารถและตำแหน่งหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมาย ทักษะ และในเรื่องความสนใจหรือผลประโยชน์ที่ตนพึงมีพึงได้ ในเรื่องประสบการณ์ในอดีตและยังมีเรื่องต่าง ๆ อีกหลายอย่างที่ทำให้มนุษย์เรานี้แตกต่างกัน (จูไร่ ความสนใจ. 2514 : 36)

ปรมะ สตะเวทิน (2540 : 112-117) ได้อธิบายถึงความแตกต่างของลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร ดังนี้

1. อายุ (Age)

อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประชากรหนึ่งที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนที่อายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์มากกว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้าย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุมีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคเข็ญต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่อายุน้อย คนที่มีอายุมากกว่ามีทรัพย์สินสมบัติมากกว่าคนที่อายุน้อย จึงมักจะไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม เพราะการเปลี่ยนแปลงในสังคมย่อมมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน สถานะทางสังคม และความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้คนที่รุ่นต่างกันยังมีประสบการณ์ของชีวิตที่แตกต่างกันไป จึงทำให้ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของคนต่างรุ่นต่างวัยไม่เหมือนกัน

นอกจากนี้ อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วยการวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง และโดยปกติแล้วคนที่มียุวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา ความยุติธรรมและความเสมอภาพในสังคม

2. เพศ (Sex)

ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่ใส่ใจใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม เป็นแม่บ้านแม่เรือน และมักถูกจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนี้ ผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจตนได้ดีกว่าเพศชาย

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status)

สถานทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิบัติการของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจยังทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน

คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป

รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้คนที่มีฐานะหรือรายได้สูงยังมักจะใช้สื่อมวลชนมากด้วย และการใช้สื่อมวลชนก็มักจะใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราวข่าวสารหนัก ๆ ประกอบกับตำแหน่งหน้าที่หรืออาชีพยังทำให้คนเราสื่อสารมากน้อยไม่เท่ากัน

4. การศึกษา (Education)

การศึกษาหรือความรู้เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ ข้อควรคำนึงถึงประการหนึ่งในการวิเคราะห์การศึกษาของผู้รับสารก็คือ จะต้องไม่วิเคราะห์ความรู้ของผู้รับสารโดยยึดถือเฉพาะพื้นฐานการศึกษาที่ได้จากสถาบันการศึกษา เพราะการแสวงหาความรู้นั้นสามารถกระทำได้ด้วยตนเองตลอดชีวิตจากแหล่งอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากสถาบันการศึกษา เช่น จากสื่อมวลชน จากตำรับตำราต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ การขาดโอกาสได้ใช้ความรู้ก็เป็นสิ่งที่สามารถทำให้ความรู้ความสามารถของคนลดลงได้

ในทางการสื่อสารทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) นั้นได้รับการพัฒนามาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารแตกต่างกัน ซึ่งเดอโฟลร์ (DeFleur, 1966 อ้างใน พัทนี เขยจรรยา และคณะ : 2541, 211-212) ได้วางหลักเกณฑ์พื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ไว้ว่า

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมแตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกันดังกล่าว

จะเห็นว่าสิ่งสำคัญที่เป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคลหรือสภาพเงื่อนไข (Condition) ที่แต่ละบุคคลได้รับจากสังคมหรือสภาพแวดล้อม เดอโฟลร์ จึงสรุปว่า ข่าวสารต่าง ๆ ในสังคม เปรียบเสมือนสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีการตอบสนองต่างกัน รวมทั้งลักษณะความแตกต่างของบุคคลด้วย

5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พีระนันท์ บุญระโสภณ (2537) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคคลที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่างกันจะมีความแตกต่างกันในการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ แต่ไม่พบความแตกต่างทางด้านพฤติกรรมการเปิดรับสารในผู้ที่มีการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน ตัวแปรที่สำคัญที่มีอิทธิพลในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เรียงลำดับ คือ ทักษะคติ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ และแผ่นพับ

สาวิตรี สุตรา (2539) ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมการออมของชาวชนบทในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการออมของประชาชน, การเปิดรับสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์กับทักษะคติของประชาชน และการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมของประชาชน

ดวงตา พิริยานนท์ (2540) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทักษะคติของประชาชนกับการยอมรับการทิ้งขยะมูลฝอยแยกประเภทในเขตทดลองโครงการรณรงค์การแยกประเภทมูลฝอย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อน / เพื่อนร่วมอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความรู้ในเรื่องการทิ้งขยะมูลฝอยแยกประเภท ส่วนความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะคติที่มีต่อการทิ้งมูลฝอยแยกประเภท นอกจากนี้ การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ทักษะคติ และการเปิดรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่โครงการรณรงค์มีอิทธิพลในทางบวกต่อการยอมรับการทิ้งขยะมูลฝอยแยกประเภทในปัจจุบัน อีกทั้ง ทักษะคติ การเปิดรับข่าวสารจากนิทรรศการและจากเจ้าหน้าที่โครงการรณรงค์มีอิทธิพลในทางบวกต่อการทิ้งมูลฝอยแยกประเภทในอนาคต ในขณะที่ทักษะคติ การเปิดรับข่าวสารจากนิทรรศการ หนังสือพิมพ์ และจากเจ้าหน้าที่โครงการรณรงค์มีอิทธิพลในทางบวกต่อการทิ้งมูลฝอยแยกประเภท โดยที่อยู่อาศัยที่เป็นอาคารพาณิชย์ หอพัก หรือคอนโดมิเนียม มีอิทธิพลในทางลบต่อการยอมรับการทิ้งมูลฝอยแยกประเภท

दानินท์ กิจนิชี (2540) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

- 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานไม่แตกต่างกัน
- 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพ รายได้แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน
- 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ นิตยสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน
- 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร ไปสเตอร์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทักษะคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน
- 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน

ฐิติ วิทยสรณะ (2540) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับความรู้ ทักษะคิด และการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัย ซึ่งพบว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาชีพของบิดา – มารดา ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่นักศึกษาได้รับ ยกเว้นลักษณะทางประชากรเรื่องเพศ จะทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน นอกจากนี้การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดและการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง สำหรับความรู้ทางการเมืองนั้น พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดและการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง อย่างไรก็ตาม ทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศศิวิมล ตามไท (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการบริโภคข้างล่างของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้องแตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีระดับการศึกษาและอาชีพต่างกัน มีความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการบริโภคข้างล่างแตกต่างกัน โดยที่การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ และพฤติกรรมการบริโภคข้างล่าง แต่ไม่มี

ความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้างล้อง ทั้งนี้ สื่อบุคคล อาชีพค้าขาย / ประกอบอาชีพส่วนตัว ทัศนคติ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้อง เพศ และสถานภาพโสด สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคข่าวล้องได้

พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์ (2542) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกั้มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชนไม่แตกต่างกัน

2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชนแตกต่างกัน

3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสังคมบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรพัฒนาเอกชน

4 ความรู้เกี่ยวกับปัญหาสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรพัฒนาเอกชน

5 ทัศนคติต่อปัญหาสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรพัฒนาเอกชน

บัณรสี ชาวาลศิลป์ (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูดในระดับต่ำ และมีทัศนคติเป็นกลาง ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีการยอมรับหรือเห็นด้วย กลุ่มที่ไม่ยอมรับ และกลุ่มที่ยังไม่ตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือไม่ยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูด นอกจากนี้ทัศนคติและความรู้เรื่องโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูดมีอิทธิพลในทางบวกต่อการยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูด

ชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ (2543) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตที่ตัดต่อพันธุกรรม (GMOs) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตที่ตัดต่อพันธุกรรม (GMOs) แตกต่างกัน โดยที่การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้และการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตที่ตัดต่อพันธุกรรม (GMOs) ทั้งนี้ ทัศนคติและอายุเป็นตัวแปรที่อธิบายการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตที่ตัดต่อพันธุกรรม (GMOs) ได้ดีที่สุด

วราพร กระหมุดความ (2545) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการของวัยรุ่นที่มีต่อการรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า วัยรุ่นที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยในการป้องกันโรคเอดส์แตกต่างกัน และมีทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัยในการป้องกันโรคเอดส์ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยในการป้องกันโรคเอดส์ของวัยรุ่นจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ภรณี กันภัย (2545) ศึกษาเรื่อง การสื่อสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับของประชาชนใน ต.กมลา ต่อการส่งเสริมการแพทย์แผนไทยของสถานีนอนามัย ต.กมลา อ.กระทุ้ง จ.ภูเก็ต พบว่า

- 1 ความรู้เกี่ยวกับการแพทย์แผนไทยไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการแพทย์แผนไทย
- 2 ทัศนคติต่อการแพทย์แผนไทยมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการแพทย์แผนไทย
- 3 ระดับการติดต่อสื่อสารของเจ้าหน้าที่อนามัยกับประชาชนมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการแพทย์แผนไทย
- 4 ระดับการติดต่อสื่อสารของเจ้าหน้าที่อนามัยกับประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและการยอมรับต่อการแพทย์แผนไทย
- 5 ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการแพทย์แผนไทยต่างกัน
- 6 ประชาชนที่มีอาชีพและรายได้ในครอบครัวต่างกันมีทัศนคติต่อการแพทย์แผนไทยต่างกัน
- 7 ประชาชนที่มีอายุ เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ในครอบครัวต่างกันมีการยอมรับการแพทย์แผนไทยต่างกัน

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย ทั้งสมุนไพรไทยเพื่อการรักษาโรค สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ และสมุนไพรไทยเพื่อความงาม และเพื่อศึกษาถึงทัศนคติ และการใช้สมุนไพรไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาคือ

1. ศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study) เป็นการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาจากหนังสือ วารสาร เอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และผลงานที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาจากภาคสนาม (Field Study) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม ซึ่งมีรายละเอียดในการวิจัยดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้การวัดผลครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) ประมวลผลข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS Version 10.0

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,726,203 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตปกครอง 50 เขต (ที่มา www.khonthai.com : 2545)

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรอายุ 18 ปี – 60 ปี โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537 : 33) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างดำเนินการดังต่อไปนี้

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลำดับขั้น (Stratified Sampling) โดยแบ่งตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต ซึ่งแบ่งเป็น 6 กลุ่ม เพื่อให้ลักษณะประชากรกระจายตามสัดส่วนและมีความหลากหลายซึ่งประกอบด้วย

กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 1 กลุ่มวังทองกลาง	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 2 กลุ่มบูรพา	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 3 กลุ่มศรี นครินทร์	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 4 กลุ่มเจ้าพระยา	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 5 กลุ่มกรุงธนใต้	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 6 กลุ่มกรุงธน เหนือ
บางซื่อ ดุสิต ราชเทวี พญาไท ปทุมวัน พระนคร ป้อมปราบ ศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ บางรัก	ดอนเมือง หลักสี่ บางเขน สายไหม จตุจักร ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางกะปิ วังทองกลาง	มีนบุรี คลองสามวา หนองจอก สะพานสูง ลาดกระบัง คันนายาว สวนหลวง ประเวศ	ดินแดง ห้วยขวาง บางนา พระโขนง วัฒนา คลองเตย ยานนาวา บางคอแหลม สาทร	บางขุนเทียน บางบอน จอมทอง ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ บางแค คลองสาน ธนบุรี	หนองแขม ทวีวัฒนา ตลิ่งชัน ภาษีเจริญ บางพลัด บางกอกน้อย บางกอกใหญ่

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลาก เพื่อให้ได้เขตที่ใช้เป็นตัวแทนในแต่ละกลุ่มเขต โดยกำหนดกลุ่มละ 2 เขต ซึ่งผลการสุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเขตมีดังนี้

กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 1 กลุ่มวัง ทองหลวง	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 2 กลุ่มบูรพา	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 3 กลุ่มศรี นครินทร์	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 4 กลุ่มเจ้าพระยา	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 5 กลุ่มกรุงธนใต้	กลุ่มสำนักงาน เขตที่ 6 กลุ่มกรุงธน เหนือ
ปทุมวัน	ลาดพร้าว	สวนหลวง	ดินแดง	คลองสาน	หนองแขม
ป้อมปราบ	บางกะปิ	ประเวศ	ห้วยขวาง	ธนบุรี	บางกอกใหญ่

ขั้นตอนที่ 3 จากรายชื่อเขตตัวอย่างเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลโดยวิธีแบ่งตามอาชีพให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ การแบ่งตามอาชีพนั้นผู้วิจัยแบ่งอาชีพออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ นิสิต/นักศึกษา, ค้าขาย, ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ, พนักงานเอกชน, ประกอบธุรกิจ / อาชีพส่วนตัว อาชีพละเท่า ๆ กัน คืออาชีพละ 7 คน ต่อ หนึ่งเขต

ขั้นตอนที่ 4 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในแต่ละเขตที่กำหนดไว้ให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยจะทำการเก็บข้อมูลในบริเวณที่เป็นแหล่งรวบรวมของคนจำนวนมาก เช่น ห้างสรรพสินค้า, สถานที่ราชการ, โรงพยาบาล, มหาวิทยาลัยที่ตั้งกระจายอยู่ในเขตต่าง ๆ ทั้ง 12 เขตในกรุงเทพมหานคร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวแปรในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การใช้สมุนไพรไทย ผู้วิจัยได้ กำหนดตัวแปรตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ตัวแปรตาม : ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 2: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ตัวแปรตาม : ทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 3: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

ตัวแปรอิสระ : การใช้สมุนไพรไทย

ตัวแปรตาม : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 4: ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

ตัวแปรอิสระ : ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ตัวแปรตาม : ทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 5: ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

ตัวแปรอิสระ : ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ตัวแปรตาม : การใช้สมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 6 : ทักษะคิดที่มีต่อสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย
 ตัวแปรอิสระ : ทักษะคิดที่มีต่อสมุนไพรไทย
 ตัวแปรตาม : การใช้สมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 7 : กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
 ตัวแปรอิสระ : กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกัน
 ตัวแปรตาม : การใช้สมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 8 : กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
 ตัวแปรอิสระ : กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกัน
 ตัวแปรตาม : การใช้สมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 9 : กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
 ตัวแปรอิสระ : กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาต่างกัน
 ตัวแปรตาม : การใช้สมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 10 : กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
 ตัวแปรอิสระ : กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกัน
 ตัวแปรตาม : การใช้สมุนไพรไทย

การวัดค่าตัวแปร

1. ลักษณะทางประชากร ได้แก่

1.1 เพศ แบ่งออกเป็น

- เพศชาย
- เพศหญิง

1.2 ระดับอายุ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม

- กลุ่มที่ 1 อายุระหว่าง 18-25 ปี
- กลุ่มที่ 2 อายุระหว่าง 26-34 ปี
- กลุ่มที่ 3 อายุระหว่าง 35-45 ปี
- กลุ่มที่ 4 อายุ 46 ปีขึ้นไป แต่ไม่เกิน 60 ปี

1.3 ระดับการศึกษา แบ่งเป็น 4 กลุ่ม

- มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า
- ปวช. / อนุปริญญา
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม

- กลุ่มที่ 1 นิสิต / นักศึกษา
- กลุ่มที่ 2 กลุ่มอาชีพค้าขาย
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน
- กลุ่มที่ 4 กลุ่มอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- กลุ่มที่ 5 กลุ่มประกอบธุรกิจ / อาชีพส่วนตัว

1.5 รายได้ แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม

- กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท
- กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 – 10,000 บาท
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,001 – 15,000 บาท
- กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 – 20,000 บาท
- กลุ่มที่ 5 กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 – 25,000 บาท
- กลุ่มที่ 6 กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทย

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยจากสื่อต่าง ๆ โดยวัดจากความถี่ในการเปิดรับข่าวสารความรู้ ดังนี้

มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง	=	5	คะแนน
เดือนละ 5-6 ครั้ง	=	4	คะแนน
เดือนละ 3-4 ครั้ง	=	3	คะแนน
เดือนละ 1-2 ครั้ง	=	2	คะแนน
2 เดือนครั้ง	=	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

3.50 – 5.00	คะแนน	หมายถึง	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารสูง
2.50 – 3.49	คะแนน	หมายถึง	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารปานกลาง
1.00 – 2.49	คะแนน	หมายถึง	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารต่ำ

3. ทักษะคดีที่มีต่อสมุนไพรรไทย

การวัดทักษะคดีเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5	คะแนน
เห็นด้วย	=	4	คะแนน
เฉย ๆ	=	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1	คะแนน

การแปลความหมายคือ นำคะแนนของทักษะคดีที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและวัดระดับของค่าเฉลี่ยจัดระดับทักษะคดีเป็น 3 ระดับ คือ

คะแนนระหว่าง	3.50 – 5.00	คะแนน	ทัศนคติเชิงบวก
คะแนนระหว่าง	2.50 – 3.49	คะแนน	ทัศนคติปานกลาง
คะแนนระหว่าง	1.00 – 2.49	คะแนน	ทัศนคติเชิงลบ

4. การใช้สมุนไพรไทย

การวัดการใช้สมุนไพรไทยโดยวัดจากความถี่ในการใช้สมุนไพรไทยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ใช้เป็นประจำ	=	5	คะแนน
ใช้บ่อย	=	4	คะแนน
ใช้เป็นบางครั้ง	=	3	คะแนน
ใช้น้อย / ไม่ค่อยใช้	=	2	คะแนน
ไม่เคยใช้เลย	=	1	คะแนน

การแปลความหมายคือ นำคะแนนของการใช้สมุนไพรไทยที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและวัดระดับของค่าเฉลี่ยจัดระดับการยอมรับเป็น 3 ระดับ คือ

คะแนนระหว่าง	3.50 – 5.00	คะแนน	ใช้มาก
คะแนนระหว่าง	2.50 – 3.49	คะแนน	ใช้ปานกลาง
คะแนนระหว่าง	1.00 – 2.49	คะแนน	ใช้ต่ำ

5. ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

การวัดตัวแปรในด้านความรู้เกี่ยวกับการสมุนไพรไทยมีวิธีกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์ดังนี้

ตอบถูก = 1 คะแนน

ตอบผิด = 0 คะแนน

นำคะแนนความรู้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วจัดระดับความรู้ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนระหว่าง	8 - 10	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความรู้สูง
คะแนนระหว่าง	4 - 7	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความรู้ปานกลาง
คะแนนระหว่าง	1 - 3	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความรู้ต่ำ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาคั้งนี้คือ แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questions) โดยกำหนดคำตอบให้เลือก โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 : คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
- ตอนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านสื่อต่าง ๆ
- ตอนที่ 3 : คำถามเกี่ยวกับความรู้ในการใช้สมุนไพรรักษาโรค
- ตอนที่ 4 : คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรรักษาโรค
- ตอนที่ 5 : คำถามเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรรักษาโรค

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และโครงสร้างของแบบสอบถาม เพื่อขอคำแนะนำ และนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าแอลฟาในการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจริง โดยผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 ชุด โดยให้ทดลองตอบคำถามเพื่อตรวจสอบคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถามว่าสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการ และคำถามที่ใช้เหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายต่อความเข้าใจเพียงใด และนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left[\frac{1 - \sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ	α	=	ค่าความเชื่อถือได้
	K	=	จำนวนข้อ
	V_i	=	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลภาคสนามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ (Completeness) ของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ในแต่ละครั้งที่ได้สอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์หรือแบบสอบถามที่มีความบกพร่องน้อยที่สุดนำมาลงรหัสด้วยมือ โดยเรียงรหัสข้อมูลที่ละส่วนของตัวแปรเรียงลำดับไปตามข้อ จากนั้นจึงนำรหัสของแบบสอบถามทั้งหมดมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 10.0 โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

เพื่ออธิบายถึงลักษณะของข้อมูลทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

1.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 2 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 3 : การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 4 : ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 5 : ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 6 : ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

ใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยกำหนดการแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไว้ 3 ระดับ ดังนี้

ค่าสหสัมพันธ์	0.67 – 1.00	ความสัมพันธ์สูง
ค่าสหสัมพันธ์	0.34 – 0.66	ความสัมพันธ์ปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์	0.00 – 0.33	ความสัมพันธ์ต่ำ

สมมติฐานที่ 7 : กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 8 : กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 9 : กลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 10 : กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) เพื่ออธิบายความแตกต่างของการใช้สมุนไพรไทยสำหรับผู้มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์แบบ Post Hoc Comparison เพื่ออธิบายความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้สมุนไพรไทยกับตัวแปรระดับอายุ การศึกษา และอาชีพ

ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ T-test แบบ 2 ทาง เพื่อทดสอบค่าความแตกต่างของการใช้สมุนไพรไทยกับความแตกต่างทางเพศ

2. การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว นำไปประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 10.0 เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ ที่ต้องการใช้ในงานวิจัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ ทักษะ และการใช้
สมุนไพรรักษาโรคของคนกรุงเทพมหานคร” แบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านสื่อต่าง ๆ

ตอนที่ 3 ความรู้ในการใช้สมุนไพรรักษาโรค

ตอนที่ 4 ทักษะที่มีต่อสมุนไพรรักษาโรค

ตอนที่ 5 การใช้สมุนไพรรักษาโรค

ตอนที่ 6 ผลทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรค
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์กับทักษะที่มีต่อสมุนไพรรักษาโรค
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรรักษาโรค
4. ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์กับทักษะที่มีต่อสมุนไพรรักษาโรค
5. ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรรักษาโรค
6. ทักษะที่มีต่อสมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรรักษาโรค
7. กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรรักษาโรคแตกต่างกัน
8. กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรรักษาโรคแตกต่างกัน
9. กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรรักษาโรคแตกต่างกัน
10. กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรรักษาโรคแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ

ตารางที่ 1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	109	27.3
หญิง	291	72.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วยเพศชาย จำนวน 109 คน (ร้อยละ 27.3) และเพศหญิงจำนวน 291 คน (ร้อยละ 72.8)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อายุ

ตารางที่ 2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 25 ปี	148	37.0
26 – 34 ปี	153	38.3
35 – 45 ปี	71	17.8
45 ปีขึ้นไป	28	7.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ เมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26 – 34 ปี มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมามีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ร้อยละ 37.0 และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 35 – 45 ปี ร้อยละ 17.8 ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.0

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับการศึกษา

ตารางที่ 3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	28	7.0
ปวช. / อนุปริญญา	48	12.0
ปริญญาตรี	270	67.5
สูงกว่าปริญญาตรี	54	13.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 13.5 และระดับ ปวช. / อนุปริญญา ร้อยละ 12.0 ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 7.0

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาชีพ**ตารางที่ 4**

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต / นักศึกษา	80	20.0
ค้าขาย	80	20.0
พนักงานเอกชน	80	20.0
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	80	20.0
ประกอบธุรกิจ / อาชีพส่วนตัว	71	17.8
อื่น ๆ	9	2.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพจะได้กลุ่มตัวอย่างในแต่ละอาชีพจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 นอกจากนี้ยังมีอาชีพอื่น ๆ เช่น ช่างแต่งหน้า, ฟรีเซ็นเตอร์, นักเล่นหุ้น ฯลฯ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	61	15.3
5,001 – 10,000 บาท	101	25.3
10,001 – 15,000 บาท	69	17.3
15,001 – 20,000 บาท	69	17.3
20,001 – 25,000 บาท	24	6.0
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	76	19.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้ กลุ่มที่มีมากที่สุด คือกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.0 และกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และ 15,001 – 20,000 บาท มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17.3 กลุ่มที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.3 ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.0

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไทยผ่านทางสื่อต่าง ๆ

ตารางที่ 6

แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไทยผ่านทางสื่อต่าง ๆ

ประเภทสื่อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการเปิดรับสาร
สื่อมวลชน	400	2.97	1.12	ปานกลาง
สื่อบุคคล	400	2.21	1.05	ต่ำ
สื่อเฉพาะกิจ	400	2.08	0.96	ต่ำ
รวม		2.48	0.88	ต่ำ

จากตารางที่ 6 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไทยผ่านทางสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไทยผ่านทางสื่อมวลชนอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.97 รองลงมาคือสื่อบุคคล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.21 และสื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.08 ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับต่ำ

ตารางที่ 7

แสดงค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อมวลชนจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไทยผ่านทางสื่อมวลชนแต่ละชนิด

สื่อมวลชน	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับการเปิดรับสาร
โทรทัศน์	3.52	1.52	สูง
หนังสือพิมพ์	3.03	1.51	ปานกลาง
หนังสือ / นิตยสาร	2.78	1.46	ปานกลาง
ภาพยนตร์	3.05	1.57	ปานกลาง
วิทยุ	2.49	1.54	ต่ำ

จากตารางที่ 7 เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านทางสื่อมวลชนเป็นรายสื่อ พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 รองลงคือสื่อภาพยนตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.05 สื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.03 สื่อหนังสือ/นิตยสาร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.78 และสื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคน้อยที่สุดคือสื่อวิทยุ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.49 ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับต่ำ

และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคประเภทสื่อมวลชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านทางสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.97 เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ตารางที่ 8

แสดงค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อบุคคลจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านสื่อบุคคลแต่ละชนิด

สื่อบุคคล	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับการเปิดรับสาร
สมาชิกในครอบครัว /ญาติพี่น้อง	2.47	1.43	ต่ำ
เพื่อนร่วมสถาบัน / เพื่อนร่วมงาน	2.50	1.36	ปานกลาง
ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้สมุนไพรรักษาโรค	1.67	1.06	ต่ำ

จากตารางที่ 8 พบว่า เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านทางสื่อบุคคล พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านทางเพื่อนร่วมสถาบัน / เพื่อนร่วมงานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.50 ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับปานกลาง รองลงคือจากสมาชิกในครอบครัว / ญาติพี่น้อง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.47 และน้อยที่สุดคือการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านทางผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้สมุนไพรรักษาโรค คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.67 ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับต่ำทั้ง 2 สื่อ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับข่าวสาร จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.21

ตารางที่ 9

แสดงค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ
สมุนไพรรักษาโรคผ่านสื่อเฉพาะกิจแต่ละชนิด

สื่อเฉพาะกิจ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับการเปิดรับสาร
ใบปลิว / แผ่นพับ / วารสาร	2.35	1.33	ต่ำ
โปสเตอร์ / แผ่นป้ายโฆษณา	2.21	1.25	ต่ำ
สินค้าตัวอย่าง	1.89	1.16	ต่ำ
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	1.88	1.27	ต่ำ

จากตารางที่ 9 พบว่า เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านทางสื่อเฉพาะกิจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคจากสื่อประเภทใบปลิว / แผ่นพับ / วารสาร อยู่ในระดับต่ำคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.35 สื่อประเภทโปสเตอร์ / แผ่นป้ายโฆษณา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.21 สื่อประเภทสินค้าตัวอย่าง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.89 และสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.88 และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคจากสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 2.08

ตารางที่ 10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรค
ผ่านสื่อเฉพาะกิจประเภทนิตยสาร / วารสาร

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
หมอชาวบ้าน	92	23.1
ใกล้หมอ	97	24.2
สมุนไพรรักษาโรค	122	30.5
อื่น ๆ	76	19.0
ไม่ระบุ	13	3.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยผ่านสื่อ นิตยสารสมุนไพรรไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือวารสารใกล้หมอ คิดเป็นร้อยละ 24.2 และนิตยสารหมอชาวบ้าน ร้อยละ 23.1 สำหรับสื่ออื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์, แพรว, ครั้ว เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 19.6 และที่ไม่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยผ่านสื่อ นิตยสาร / วารสาร คิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทย ผ่านสื่อเฉพาะกิจอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
www.samunpai.com	58	14.5
www.cbusinesssthai.com	13	3.2
www.geocities.com	48	12.0
www.mweb.com	83	20.7
อื่น ๆ	14	3.5
ไม่เปิดรับ	184	46.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยผ่านทาง สื่ออินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยผ่านทาง www.mweb.com คิดเป็นร้อยละ 20.7 ผ่านทาง www.samunpai.com คิดเป็นร้อยละ 14.5 ผ่านทาง www.geocities.com คิดเป็นร้อยละ 12.0 ผ่านทางเว็บอื่น ๆ เช่น www.google.com, www.ittm.or.th, www.sanook.com, www.pantip.com เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 3.5 และที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทย ผ่านทางเว็บไซต์น้อยที่สุดคือ www.cbusinesssthai.com คิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 12

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรไทยโดย การสอบถามและการศึกษาค้นหาข้อมูล

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
การสอบถาม	338	84.5
การศึกษาค้นหาข้อมูล	357	89.3

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากการ ศึกษาหาข้อมูลเองโดยผ่านทางสื่อเฉพาะกิจ เช่น หนังสือ / นิตยสาร / อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ มากกว่าการแสวงหาข่าวสารโดยการสอบถามจากสื่อบุคคล เช่น ครอบครัว / ญาติพี่น้อง / เพื่อน ร่วมงาน / เพื่อนร่วมสถาบันเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 13

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย จากการสอบถามทางสื่อบุคคล

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกในครอบครัว	154	27.2
เพื่อนร่วมสถาบัน / เพื่อนร่วมงาน	201	35.4
ญาติพี่น้อง	110	19.4
ผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพรไทย	90	15.9
อื่น ๆ	12	2.1

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยโดยการ สอบถามจากเพื่อนร่วมสถาบัน / เพื่อนร่วมงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาคือการ สอบถามจากสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 27.2 จากญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 19.4 จากผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 15.9 และจากอื่น ๆ เช่น จากห้องสมุด, กระทรวง สาธารณสุข, แผนกสมุนไพรและยาแผนโบราณ คิดเป็นร้อยละ 2.1

ตารางที่ 14

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย โดยศึกษาหาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสาร / วารสาร	141	23.1
หนังสือเกี่ยวกับสมุนไพรไทย	195	31.9
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	140	22.9
ผู้ใช้สมุนไพรไทย	119	19.5
อื่น ๆ	12	2.6

จากตารางที่ 14 กลุ่มตัวอย่างมีการค้นคว้าศึกษาหาข้อมูลจากการอ่านหนังสือสมุนไพรไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาคือการเปิดหาข้อมูลจากนิตยสาร / วารสาร คิดเป็นร้อยละ 23.1 จากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 22.9 และการหาข้อมูลจากผู้ใช้สมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 19.5 สำหรับการหาข้อมูลในด้านอื่น ๆ จะมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 15

แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามประเภทของสมุนไพรไทย

ประเภท	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สนใจรับ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับการเปิดรับสาร
สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค	108 (27.0)	137 (34.3)	117 (29.3)	22 (5.5)	16 (4.0)	3.74	1.03	สูง
สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ	121 (30.3)	166 (41.5)	95 (23.8)	11 (2.8)	7 (1.8)	3.95	.89	สูง
สมุนไพรไทยเพื่อความงาม	103 (25.8)	105 (26.3)	120 (30.0)	40 (10.0)	32 (8.0)	3.51	1.20	สูง

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.74 และมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยเพื่อความงามในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.51 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยในการเปิดรับสารจะพบว่ามี การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยในเรื่องสมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค, สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ และสมุนไพรไทยเพื่อความงามอยู่ในระดับสูง

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทย

ตารางที่ 16

แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อความรู้ในการใช้สมุนไพรไทย

ความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทย	ตอบถูก จำนวน (ร้อยละ)	ตอบผิด จำนวน (ร้อยละ)	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความรู้
1.สมุนไพรไทย คืออะไร ตอบ สิ่งที่ได้จากพืช สัตว์ แร่	88 (22.0)	312 (78.0)	400 (100.0)	.22	.4148	ต่ำ
2.สมุนไพรไทยชนิดใดใช้เป็นยารักษาโรค ตอบ ทับทิม, ฟ้ายางลายใจ, มะขามแขก	301 (75.3)	99 (24.8)	400 (100.0)	.75	.4321	สูง
3.สมุนไพรไทยชนิดใดใช้เป็นยาสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ ตอบ บัวบก, น้ำแตงกวา, น้ำกระเจี๊ยบ	252 (63.0)	148 (37.0)	400 (100.0)	.63	.4834	ปาน กลาง
4.สมุนไพรไทยชนิดใดสามารถใช้เป็นยาสมุนไพรไทยเพื่อความงาม ตอบ มะกรูด, ขมิ้น, ส้มป่อย, ว่านหางจระเข้, เทียนกิ่ง, มะนาว	278 (69.5)	122 (30.5)	400 (100.0)	.69	.4610	ปาน กลาง
5.สมุนไพรไทยสามารถนำมาใช้ในรูปแบบใดบ้าง ตอบ แบบสด, แบบลูกกลอน, ดองเหล้า, แบบต้ม, แบบชง	374 (93.5)	26 (6.5)	400 (100.0)	.93	.2468	สูง
6.สมุนไพรไทยชนิดใดสามารถเป็นได้ทั้งยารักษาโรคและบำรุงสุขภาพ ตอบ ชาหญ้าหนวดแมว, ดอกคำฝอย, รวงจี๊ด	306 (76.5)	94 (23.5)	400 (100.0)	.76	.4245	สูง
7.ข้อดีของการใช้สมุนไพรไทยคือข้อใด ตอบ ทำให้เกิดอาการพิษได้น้อย	130 (32.5)	270 (67.5)	400 (100.0)	.32	.4690	ต่ำ

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ สมุนไพรไทย	ตอบถูก จำนวน (ร้อยละ)	ตอบผิด จำนวน (ร้อยละ)	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความรู้
8.ข้อเสียของการใช้สมุนไพรไทยคือข้อใด <u>ตอบ</u> ไม่สะดวก, ยุ่งยาก, ออกฤทธิ์ช้า, ใช้มากก่อให้เกิดภาวะไม่สมดุลย์ในร่างกาย	233 (58.3)	167 (41.8)	400 (100.0)	.58	.4938	ปาน กลาง
9.ข้อควรระวังในการใช้สมุนไพรไทยคือข้อใด <u>ตอบ</u> ใช้ให้ถูกชนิด / ถูกส่วนของพืช	233 (58.3)	167 (41.8)	400 (100.0)	.58	.4938	ปาน กลาง
10.ผลข้างเคียงของการใช้สมุนไพรไทยคือข้อใด <u>ตอบ</u> ใช้ไม่ถูกส่วนของพืชอาจทำให้เกิดโรคอื่นได้	204 (51.0)	196 (49.0)	400 (100.0)	.51	.5005	ปาน กลาง
ระดับความรู้เฉลี่ย	5.99					
ระดับความรู้	ปานกลาง					

จากตารางที่ 16 พบว่า จากคำถามวัดความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทยจำนวน 10 ข้อ คำถามที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบได้ถูกต้องเป็นจำนวนมากได้แก่ข้อ 2 : สมุนไพรไทยชนิดใดใช้เป็นยารักษาโรค, ข้อ 5 : สมุนไพรไทยสามารถนำมาใช้ในรูปแบบใดบ้าง และข้อ 6 : สมุนไพรไทยชนิดใดสามารถเป็นได้ทั้งยารักษาโรคและบำรุงสุขภาพ ส่วนคำถามที่ตอบถูกน้อยคน คือข้อ 1 : สมุนไพรไทยคืออะไร และข้อ 7 : ข้อดีของการใช้สมุนไพรไทยคือข้อใด สำหรับข้ออื่น ๆ นั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 5.99

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย
จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทย

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้สูง	83	20.8
ความรู้ปานกลาง	283	70.8
ความรู้ต่ำ	34	8.6
รวม	400	100.0
ค่าเฉลี่ย		5.99
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน		.17
ระดับความรู้		ปานกลาง

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทยอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือระดับความรู้สูง คิดเป็นร้อยละ 20.8 และระดับความรู้ต่ำ คิดเป็นร้อยละ 8.6

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 ทักษะคดีที่มีต่อสมุนไพรไทย

ตารางที่ 18

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อสมุนไพรไทย

ทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับทัศนคติ
1.สมุนไพรไทยมีสรรพคุณดีกว่าในการรักษา, บำรุงสุขภาพหรือเพื่อความงาม เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสารเคมี	94 (23.5)	195 (48.8)	86 (21.5)	23 (5.8)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.89	.8454	เห็นด้วย
2.การใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรคมะเร็งข้างเคียงน้อยกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสารเคมี	96 (24.0)	255 (63.8)	41 (10.3)	7 (1.8)	1 (0.3)	400 (100.0)	4.09	.6535	เห็นด้วย
3.การใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงามมีผลข้างเคียงน้อยกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสารเคมี	77 (19.3)	243 (60.8)	63 (15.8)	15 (3.8)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.94	.7371	เห็นด้วย
4.ยาแผนปัจจุบันที่ใช้บำรุงสุขภาพใช้ได้ผลดีกว่าการใช้สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ	18 (4.5)	102 (25.5)	207 (51.8)	68 (17.0)	5 (1.3)	400 (100.0)	3.15	.7963	ไม่แน่ใจ
5.คิดว่าในปัจจุบันควรใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากสมุนไพรไทยให้มาก	99 (24.8)	242 (50.5)	57 (14.3)	2 (0.5)	0	400 (100.0)	4.09	.6340	เห็นด้วย
6.สมุนไพรไทยมีราคาถูกกว่าและใช้ได้ผลดีกว่าเครื่องสำอางที่มาจากสารเคมี	72 (18.0)	189 (47.3)	112 (28.0)	26 (6.5)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.76	.8293	เห็นด้วย

ทัศนคติที่มีต่อ สมุนไพรไทย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ระดับทัศน คติ
7.เครื่องสำอางที่ทำมา จากสารเคมีให้ผลดีกว่า เครื่องสำอางที่ทำมา จากสมุนไพรไทย	10 (2.5)	77 (19.3)	179 (44.8)	124 (31.0)	10 (2.5)	400 (100.0)	2.88	.8309	ไม่แน่ใจ
8.สมุนไพรไทยมี สรรพคุณน่าใช้มากกว่า ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจาก สารเคมี	57 (14.3)	201 (50.3)	126 (31.5)	15 (3.8)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.74	.7526	เห็นด้วย
9.สมุนไพรไทยที่แปรรูป แล้วมีความน่าใช้กว่า สมุนไพรไทยที่ยังไม่ได้ แปรรูป	83 (20.8)	205 (51.3)	97 (24.3)	14 (3.5)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.88	.7755	เห็นด้วย
10.เครื่องสำอางที่ทำ จากสมุนไพรไทยที่แปร รูปแล้วมีประสิทธิภาพ เท่าเทียมกับเครื่อง สำอางที่ทำมาจากสาร เคมี	26 (6.5)	121 (30.3)	185 (46.3)	68 (17.0)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.26	.8156	ไม่แน่ใจ
11.คิดว่าในปัจจุบันการ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจาก ธรรมชาติจะดีต่อสุข ภาพ	126 (31.5)	238 (59.5)	33 (8.3)	3 (0.8)	0 (0.0)	400 (100.0)	4.21	.6174	เห็นด้วย
12.สมุนไพรไทยมี อันตรายมากกว่าสาร เคมีเพราะมีสารที่ไป สะสมในร่างกายมาก	8 (2.0)	45 (11.3)	107 (26.8)	202 (50.5)	38 (9.5)	400 (100.0)	2.45	.8861	ไม่เห็น ด้วย
13.ใช้สมุนไพรไทยรักษา โรคเห็นผลช้ากว่าใช้สาร เคมี	35 (8.8)	197 (49.3)	123 (30.8)	43 (10.8)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.55	.8180	เห็นด้วย
14.ใช้สมุนไพรไทยต้อง ใช้ในปริมาณมากทำให้ สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย	10 (2.5)	83 (20.8)	193 (48.3)	106 (26.5)	8 (2.0)	400 (100.0)	2.95	.8074	ไม่แน่ใจ

ทัศนคติที่มีต่อ สมุนไพรไทย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ระดับทัศน คติ
15.คิดว่าการใช้สมุนไพร ไทยควรใช้คู่กับผลิต ภัณฑ์ที่ทำมาจากสาร เคมีจะให้ผลดีกว่าการ ใช้ผลิตภัณฑ์ใดผลิต ภัณฑ์หนึ่ง	8 (2.0)	87 (21.8)	179 (44.8)	114 (28.5)	12 (3.0)	400 (100.0)	2.91	.8346	ไม่แน่ใจ
16.หลังการเปิดรับข่าว สารความรู้เกี่ยวกับ สมุนไพรไทย ท่านมี ความสนใจจะใช้ สมุนไพรไทย	48 (12.0)	234 (58.5)	112 (28.0)	5 (1.3)	1 (3.0)	400 (100.0)	3.80	.6607	เห็นด้วย
17.การใช้สมุนไพรไทย ยุ่งยากไม่สะดวก	20 (5.0)	140 (35.0)	170 (42.5)	65 (16.3)	5 (1.3)	400 (100.0)	3.26	.8339	ไม่แน่ใจ
ระดับทัศนคติเฉลี่ย	3.52								
ระดับทัศนคติ	บวก / เห็นด้วย								

จากตารางที่ 18 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อสมุนไพรไทยเป็นบวกหรือเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.52 ซึ่งประกอบด้วยข้อที่มีทัศนคติเชิงบวก 11 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยเชิงบวกมากที่สุด 3 อันดับแรก คือกลุ่มตัวอย่างคิดว่าในปัจจุบันการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติจะดีต่อสุขภาพ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.21 และในปัจจุบันควรใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากสมุนไพรไทยให้มากขึ้น รวมทั้งการใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรคมีผลข้างเคียงน้อยกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสารเคมีโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับเท่ากัน คือ 4.09

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 5 การใช้สมุนไพรไทย

ตารางที่ 19

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการใช้สมุนไพรไทย

การใช้สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้	381	95.3
ไม่เคยใช้	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้สมุนไพรไทย โดยคิดเป็นร้อยละ 95.3 และผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทยมีอยู่จำนวนน้อย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 20

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการใช้ประโยชน์ของสมุนไพรไทย

ประเภทของการใช้ประโยชน์สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
ใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค	337	32.6
ใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงาม	339	32.8
ใช้สมุนไพรไทยเพื่อบำรุงสุขภาพ	351	34.0
ใช้สมุนไพรไทยเพื่อประโยชน์อื่น ๆ	6	0.6

จากตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้สมุนไพรไทยเพื่อบำรุงสุขภาพมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือการใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงาม คิดเป็นร้อยละ 32.8 ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับการใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค คิดเป็นร้อยละ 32.6

ตารางที่ 21

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการใช้สมุนไพรไทยในประเภทต่าง ๆ

ประเภทของสมุนไพรไทย	ใช้เป็นประจำ	ใช้บ่อย	ใช้บ้าง	ใช้น้อย / ไม่ค่อยใช้	ไม่เคยใช้เลย	ค่าเฉลี่ย	ระดับการใช้
สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค	21 (5.3)	37 (9.3)	180 (45.0)	110 (27.5)	52 (13.0)	2.66	ปานกลาง
สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ	18 (4.5)	76 (19.0)	190 (47.5)	75 (18.8)	41 (10.3)	2.88	ปานกลาง
สมุนไพรไทยเพื่อความงาม	32 (8.0)	57 (14.3)	169 (42.3)	87 (21.8)	55 (13.8)	2.81	ปานกลาง
ระดับการใช้เฉลี่ย	2.78						
ระดับการใช้	ปานกลาง						

จากตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้สมุนไพรไทยทุกประเภทอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการใช้สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพมากที่สุด รองลงมาคือการใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงาม และใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้สมุนไพรไทยทั้ง 3 ประเภท อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.78

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย
จำแนกตามระดับความบ่อยครั้งในการใช้สมุนไพรไทย

ระดับการใช้สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
ใช้มาก	62	15.5
ใช้ปานกลาง	205	51.3
ใช้น้อย	133	33.2
รวม	400	100.0
ค่าเฉลี่ย	2.78	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	.79	
ระดับการใช้	ปานกลาง	

จากตารางที่ 22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้สมุนไพรไทยอยู่ในระดับระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาคือมีการใช้สมุนไพรอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 33.2

ตารางที่ 23

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามลักษณะการใช้สมุนไพรไทย

ลักษณะการใช้สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
สมุนไพรไทยสด	115	28.0
สมุนไพรไทยแปรรูป	296	72.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการใช้สมุนไพรไทยแปรรูปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.0 ในขณะที่การใช้สมุนไพรไทยสด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 28.0

ตารางที่ 24

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเป้าหมาย
จำแนกตามลักษณะการใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค

ลักษณะการใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค	จำนวน	ร้อยละ
ยาทา	189	25.9
ยาชง	176	24.1
ยาน้ำ / ยาหม้อ	109	14.9
ยาพอก	72	9.9
ยาเม็ด / แคปซูล / ยาอม / ยาลูกกลอน	184	25.2

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรคในลักษณะของยาทา คิดเป็นร้อยละ 25.9 ซึ่งเป็นจำนวนใกล้เคียงกับการใช้แบบยาเม็ด / แคปซูล / ยาอม / ยา ลูกกลอน คิดเป็นร้อยละ 25.2 การใช้แบบยาชง คิดเป็นร้อยละ 24.1 ใช้แบบยาน้ำ / ยาหม้อ คิดเป็นร้อยละ 14.9 และมีการใช้แบบยาพอกน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.9

ตารางที่ 25

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามลักษณะการใช้สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ

ลักษณะการใช้สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องดื่ม	292	70.0
ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอาหารเสริม	125	30.0

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพในรูปแบบเครื่องดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.0 และในรูปแบบอาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตารางที่ 26

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามลักษณะการใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงาม

ลักษณะการใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงาม	จำนวน	ร้อยละ
แชมพู / ครีมนวดผม	206	23.1
สบู่	160	18.0
ยาสีฟัน	169	19.0
ผงขัดผิว	160	18.0
เจลล้างหน้า	60	6.7
สมุนไพรไทยพอกหน้า	126	14.1
อื่น ๆ	10	1.1

จากตารางที่ 26 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงามในลักษณะของแชมพู / ครีมนวดผม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.1 รองลงมาคือการใช้สมุนไพรไทยในลักษณะของยาสีฟัน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ในลักษณะของผงขัดผิวและสบู่ในระดับเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ในลักษณะของสมุนไพรไทยพอกหน้า คิดเป็นร้อยละ 14.1 และในลักษณะของเจลล้างหน้าน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.7

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ตารางที่ 27

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยกับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย	P
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย	400	-.004	.936

จากตารางที่ 27 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

ตารางที่ 28

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ	P
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย	400	.201	.000**

** ระดับนัยสำคัญที่ .001

จากตารางที่ 28 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 หมายความว่า ถ้ามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมากจะมีทัศนคติที่ดีตามไปด้วย

อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ความสัมพันธ์ที่พบจึงเป็นความสัมพันธ์เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

ตารางที่ 29

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยกับการใช้สมุนไพรไทย

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย	P
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย	400	.253	.000**

** ระดับนัยสำคัญที่ .001

จากตารางที่ 29 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมากก็จะมีการใช้สมุนไพรไทยมาก

สมมติฐานข้อที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

ตารางที่ 30

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยกับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย	P
ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย	400	0.66	.190

จากตารางที่ 30 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

ตารางที่ 31

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยกับการใช้สมุนไพรไทย

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย	P
ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย	400	-0.46	.360

จากตารางที่ 31 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

สมมติฐานข้อที่ 6 ทักษะคนที่ใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

ตารางที่ 32

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างทักษะคนที่ใช้สมุนไพรไทยกับการใช้สมุนไพรไทย

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย	P
ทักษะคนที่ใช้สมุนไพรไทย	400	.325	.000**

** ระดับนัยสำคัญที่ .001

จากตารางที่ 32 พบว่า ทักษะคนที่ใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 หมายความว่า ถ้ามีทักษะคนที่ใช้สมุนไพรไทยก็จะมีการใช้สมุนไพรไทยมาก

สมมติฐานข้อที่ 7 กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 33

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการใช้สมุนไพรไทย

จำแนกตามเพศ

เพศ	การใช้สมุนไพรไทย				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	f	p
ชาย	109	2.5657	.8259	2.929	.001**
หญิง	291	2.8694	.7665		

** ระดับนัยสำคัญที่ .001

จากตารางที่ 33 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

สมมติฐานข้อที่ 8 กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 34

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการใช้สมุนไพรไทย

จำแนกตามอายุ

อายุ	การใช้สมุนไพรไทย				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	f	p
18-25 ปี	148	2.7748	.7913	1.622	.184
26-34 ปี	153	2.8192	.8174		
35-45 ปี	71	2.8592	.8592		
45 ปีขึ้นไป	28	2.4881	.4881		

จากตารางที่ 34 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

สมมติฐานข้อที่ 9 กลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 35

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการใช้สมุนไพรไทย

จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	การใช้สมุนไพรไทย				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	f	p
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	28	2.9286	.6990	2.336	.073
ปวช./อนุปริญญา	48	3.0347	.7664		
ปริญญาตรี	270	2.7444	.8120		
สูงกว่าปริญญาตรี	54	2.7037	.7373		

จากตารางที่ 35 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไม่ไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

สมมติฐานข้อที่ 10 กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 36

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการใช้สมุนไพรไทย

จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	การใช้สมุนไพรไทย				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	f	p
นิสิต / นักศึกษา	80	2.7667	.9007	1.092	.360
ค้าขาย	80	2.8292	.7463		
พนักงานเอกชน	80	2.7000	.6666		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	80	2.9250	.7533		
ประกอบธุรกิจ / อาชีพส่วนตัว / อื่น ๆ	80	2.7125	.3043		

จากตารางที่ 36 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย และระดับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติหลังการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับการใช้สมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติกับการใช้สมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการใช้สมุนไพรไทย

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย
4. ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย
5. ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

6. ทศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย
7. กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
8. กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
9. กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
10. กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ประชาชนทั้งชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี – 60 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ในการเลือกเขต และแบบ Accidental Sampling ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS Version 10.0 ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าร้อยละ (Percentage) และใช้ตารางแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย ทศนคติต่อสมุนไพรไทย และการใช้สมุนไพรไทย ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) การหาค่าความแตกต่างโดยใช้ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และการวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Post Hoc Comparison)

สถาบันนวัตกรรมการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1.1 ลักษณะทางประชากร

ประชาชนที่ศึกษาเป็นประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 26 ปี - 34 ปี และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้จะอยู่ในระดับ 5,001 บาท – 10,000 บาท

1.2 ลักษณะการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทย

ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยจากสื่อมวลชน, สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยผ่านสื่อมวลชนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.97 รองลงมาคือสื่อบุคคล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.1 และเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยจากสื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.08

โดยสามารถอธิบายความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของประชาชนได้ดังนี้

สื่อมวลชน

ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 และ 3.03 ตามลำดับ และเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยจากสื่อวิทยุน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.49

สื่อบุคคล

ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยจากสื่อบุคคลทางด้านเพื่อนร่วมสถาบัน / เพื่อนร่วมงาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.50 ซึ่งใกล้เคียงกับการเปิดรับข่าวสารผ่านทางสมาชิกในครอบครัว / ญาติพี่น้อง

สื่อเฉพาะกิจ

ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคจากสื่อเฉพาะกิจประเภทใบปลิว / แผ่นพับ / วารสาร มากกว่าการเปิดรับข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์

แต่เมื่อพิจารณาถึงการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคในด้านของการสอบถามและการศึกษาหาข้อมูลเอง จะพบว่าประชาชนส่วนใหญ่จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคจาก นิตยสาร / วารสาร / อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ มากกว่าที่จะสอบถามจากสมาชิกในครอบครัว /ญาติพี่น้อง / เพื่อนร่วมสถาบัน / เพื่อนร่วมงาน ในอัตราส่วนที่ไม่ต่างกันนักคือ 89.3 : 84.5 โดยจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคจากหนังสือสมุนไพรรักษาโรคมากที่สุด รองลงมาคือ วารสารใกล้เคียง แต่จะไม่ค่อยนิยมเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ มากนัก ซึ่งถ้าเปิดรับข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ จะเปิดรับจาก www.mweb.com คิดเป็นร้อยละ 20.7 และ www.samunprai.com คิดเป็น ร้อยละ 14.5

1.3 ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรค

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับความรู้ จะพบว่าประชาชนส่วนใหญ่จะมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.59 คือจะทราบว่าสมุนไพรรักษาโรคชนิดใดใช้เพื่อความงาม และเพื่อสุขภาพ รวมทั้งทราบถึงผลเสียของการใช้สมุนไพรรักษาโรค, ข้อควรระวังในการใช้สมุนไพรรักษาโรค และผลข้างเคียงของการใช้สมุนไพรรักษาโรคด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 78.0 จะไม่ทราบว่าสมุนไพรรักษาโรคคืออะไร และผลดีของการใช้สมุนไพรรักษาโรคเป็นอย่างไร

1.4 ทักษะการปฏิบัติที่มีต่อสมุนไพรรักษาโรค

ประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อสมุนไพรรักษาโรคในเชิงบวก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าในปัจจุบันการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติจะดีต่อสุขภาพ และควรใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากสมุนไพรรักษาโรคให้มากขึ้น อีกทั้งการใช้สมุนไพรรักษาโรคเพื่อรักษาโรคมีผลข้างเคียงน้อยกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสารเคมี นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนส่วนน้อยที่มีความคิดเห็นว่าสมุนไพรรักษาโรคมีอันตรายมากกว่าสารเคมีเพราะมีสารพิษที่ไปสะสมในร่างกายมาก ซึ่งอาจเป็นเพราะประชาชนดังกล่าวยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรค หรือไม่เคยใช้สมุนไพรรักษาโรคมาก่อน

1.5 การใช้สมุนไพรไทย

ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 95.3 เคยใช้สมุนไพรไทย โดยนิยมที่จะใช้สมุนไพรไทยที่แปรรูปแล้วมากกว่าสมุนไพรไทยสด คิดเป็นร้อยละ 72.0 และจะใช้ประโยชน์จากสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพมากกว่าเพื่อความงาม และเพื่อการรักษาโรค ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากความบ่อยครั้งในการใช้สมุนไพรไทยทั้งเพื่อรักษาโรค, เพื่อความงาม และเพื่อสุขภาพ จะพบว่าร้อยละ 95.3 มีการใช้สมุนไพรไทยอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการใช้สมุนไพรไทยบ้าง

โดยในการใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค ประชาชนนิยมใช้แบบทามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.9 รองลงมาคือแบบเม็ด / แคปซูล / ลูกอม / ลูกกลอน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และน้อยที่สุดคือแบบยาพอก คิดเป็นร้อยละ 9.9 นอกจากนี้การใช้สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ ประชาชนมีการใช้ในรูปแบบของเครื่องดื่มมากกว่าอาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 70.0 รวมถึงการใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงามในรูปแบบของแชมพู / ครีมนวดนม มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 23.1 ในขณะที่การใช้แบบเจลล้างหน้าจะมีการใช้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.7

2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ผลการทดสอบสมมติฐาน : ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่า การเปิดรับข่าวสารความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

ผลการทดสอบสมมติฐาน : เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย กล่าวคือ ยิ่งมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยอย่างถูกต้องมาก ก็จะมีทัศนคติในเชิงบวกต่อสมุนไพรไทยมากตามไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

ผลการทดสอบสมมติฐาน : เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้สมุนไพรไทย คือถ้าประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรในปริมาณที่มากและถูกต้องจากสื่อประเภทต่าง ๆ ก็จะส่งผลให้ประชาชนมีการใช้สมุนไพรไทยมากหรือน้อยตามไปด้วย โดยจากการวิจัยจะพบว่าประชาชนมีระดับการใช้สมุนไพรไทยอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งสมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ และสมุนไพรไทยเพื่อความงาม

สมมติฐานข้อที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย

ผลการทดสอบสมมติฐาน : ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ถูกต้อง ทั้งในเรื่องของชนิดสมุนไพรไทย, วิธีการใช้สมุนไพรไทยให้ได้ประสิทธิภาพ, ข้อดี-ข้อเสีย-ข้อควรระวังของการใช้สมุนไพรไทย ก็จะทำให้ประชาชนมีทัศนคติในเชิงบวกต่อสมุนไพรไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

ผลการทดสอบสมมติฐาน : ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย แต่อาจไม่ได้ใช้สมุนไพรไทยก็ได้

สมมติฐานข้อที่ 6 ทักษะการที่มีต่อสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้สมุนไพรไทย

ผลการทดสอบสมมติฐาน : เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่าทักษะการที่มีต่อสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 หมายความว่า จากสมมติฐานข้อที่ 3 ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมาก ก็จะทำให้มีทักษะการที่มีต่อสมุนไพรไทยดี ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้สมุนไพรไทยมากหรือน้อยตามไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 7 กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน : เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันจะมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 กล่าวคือ ความแตกต่างทางเพศมีผลต่อการใช้สมุนไพรไทย

สมมติฐานข้อที่ 8 กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน : ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกันจะมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 ซึ่งกล่าวได้ว่าสมุนไพรไทยนั้นถือเป็นเรื่องที่มีความใกล้เคียงและคุ้นเคยกับชีวิตประจำวันมาก อีกทั้งในปัจจุบันมีการส่งเสริมการผลิตและการขายสมุนไพรไทยมากขึ้น ทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวสมุนไพรไทยอย่างต่อเนื่องในสื่อทุกประเภท เป็นผลให้ประชาชนที่มีระดับอายุต่างกัน สามารถเข้าถึงข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยได้อย่างทั่วถึง

สมมติฐานข้อที่ 9 กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน : ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่า ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกันจะมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .001 ซึ่งเป็นไม่ไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 กล่าวคือจากผลการวิจัยพบว่าประชาชนที่มีการศึกษาในระดับต่างกันจะมีการใช้สมุนไพรไทยอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

สมมติฐานข้อที่ 10 กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน : ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อธิบายได้ว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันจะมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน คือประชาชนที่มีอาชีพต่างกันจะมีการใช้สมุนไพรไทยในระดับใกล้เคียงกัน

สถาบันนวัตกรรมการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรค

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไทยไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 อธิบายได้ว่าประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไทยในระดับต่ำ โดยจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ / ภาพยนตร์ มากกว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ ดังนั้นเนื้อหาความรู้ที่มาจากสื่อโทรทัศน์ / ภาพยนตร์ จึงเป็นเพียงการสร้างการรับรู้เท่านั้น (Awareness) นอกจากนี้จากการที่ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไทยในระดับปานกลาง ดังนั้นความรู้ที่ประชาชนมีจึงไม่ได้มาจากการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสื่อมวลชน (อ้างในประมว สตะเวทิน : 2533) ที่สรุปไว้ว่า “สื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อประชาชน แต่เป็นเพียงผู้สนับสนุนความคิดเห็น ทศนคติ หรือทำที่ตั้งเดิมเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากสื่อมวลชนเกิดขึ้นต่อเมื่อมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว” ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้จึงไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน แต่จะเกิดเพราะผู้รับสารมีความสนใจที่จะแสวงหาความรู้หรือข่าวนั้น ๆ อยู่แล้ว ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพลีน ศรีธนากรแก้ว (2537) เรื่องการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับการเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และความตระหนักในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิระนันท์ บุรณะโสภณ เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สมมติฐานข้อที่ 2 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรรไทย

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 (ตามตารางที่ 24) ซึ่งสาเหตุที่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรรไทย เนื่องมาจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถชักจูงใจให้คนที่เห็นคล้อยตามได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ๆ เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ ดังนั้น ประชาชนที่เปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์นี้ก็จะได้รับสารในลักษณะของการโน้มน้าวใจหรือชักชวนให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามซึ่งเป็นเหตุทำให้เกิดความเชื่อตามมา แต่อย่างไรก็ตามค่าสหสัมพันธ์ที่ได้จากการวิจัยพบว่ามีค่าต่ำซึ่งแสดงถึงการมีความสัมพันธ์เล็กน้อย จึงกล่าวได้ว่าถ้ามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรไทยมากก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสมุนไพรรไทย โดยผลการทดสอบนี้ได้ตรงกับแนวคิดทฤษฎีของโรเจอร์ส (Rogers) ที่ว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงขึ้นในผู้รับสารซึ่งโดยทั่วไปมี 3 ประการคือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารต่อสิ่งที่ได้รับรู้ ซึ่งทัศนคติจะเป็นตัวก่อให้เกิดการกระทำตามมา
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่แสดงออก

เรนซิส ไลเคิร์ต (Rensis Likert) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคนซึ่งนับว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เช่น หากกลุ่มตัวอย่างเคยใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสมุนไพรรไทยแล้วเห็นผลดี ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้สมุนไพรรไทยมากขึ้น

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนี้ดีอย่างนั้นไม่ดีก็จะทำให้เด็กมีทัศนคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่ได้รับทราบมา ซึ่งจากผลการวิจัยจะพบว่าในกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับกลาง เมื่อเทียบกับสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ โดยมักจะติดต่อรับรู้ข่าวสารจากเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนร่วมสถาบัน

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กมีความเคารพเชื่อฟังพ่อแม่ เมื่อเห็นว่าพ่อแม่แสดงออกว่าไม่ชอบสิ่งใดก็ตามเด็กก็จะเลียนแบบคือไม่ชอบสิ่งนั้นด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดานินท์ กิจนิตี (2540) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร ไปสเตอร์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน

งานวิจัยของ สาวิตรี สุตรา (2539) เรื่องการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการออมของชาชนบทในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า การเปิดรับสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน

สมมติฐานข้อที่ 3 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรรักษาโรค

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรรักษาโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 กล่าวคือ ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคมากก็จะมีการใช้สมุนไพรรักษาโรคมาก ซึ่งการเปิดรับข่าวสารนั้นประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ โดยสารที่ผ่านสื่อโทรทัศน์นั้นส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เสนอสารที่มีเนื้อหาในลักษณะของการโฆษณาสินค้าเพื่อนำมาโน้มน้าวใจให้คนเกิดความต้องการหรือกระตุ้นความรู้สึกให้อยากใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ

โดยมีแนวคิดสนับสนุนของ แคลปเปอร์ (Klapper, 1969 : 15-49) ที่กล่าวว่า สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้ในกรณีที่คุณคณมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนอยู่แล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล เขาก็จะเปลี่ยนพฤติกรรมได้ และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดานินท์ กิจนิชี (2540) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคติ และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน และงานวิจัยของ พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์ (2542) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชน พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสังคมบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรพัฒนาเอกชน

สมมติฐานข้อที่ 4: ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรรไทย

จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 และไม่สอดคล้องกับทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมของ ของ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร (2533 : 118-122) ที่กล่าวไว้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ (Knowledge) ทักษะคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสารที่อาจจะมีผลกระทบต่อสังคม โดยมีหลักว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทักษะคติก็น่าจะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมจึงมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังนั้นการที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อน โดยการให้ความรู้

นอกจากนี้ ซิมบาร์โด และคณะ (Zimbardo, et al., 1977 : 49-53) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือถ้ามีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคติก็น่าจะมีการเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเกิดการเปลี่ยนแปลงจะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้จะต้องมีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้นการที่จะให้บุคคลเกิดการยอมรับที่จะปฏิบัติสิ่งใด จำเป็นต้องให้บุคคลนั้นมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องดังกล่าวอย่างถ่องแท้เสียก่อน ดังนั้น การที่ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรไทยอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีทัศนคติอยู่ในเชิงบวก จึงทำให้

ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ จึงเห็นได้ว่าความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่สัมพันธ์กับทัศนคติ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงตา พิริยานนท์ (2540) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนกับการยอมรับการทิ้งขยะมูลฝอยแยกประเภทในเขตทดลองโครงการรณรงค์การแยกประเภทมูลฝอย พบว่าความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทิ้งขยะมูลฝอยแยกประเภท และงานวิจัยของ จิรติ วิทยสรณะ (2540) เรื่องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับความรู้ ทัศนคติ และการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่าความรู้ทางการเมืองไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง

สมมติฐานข้อที่ 5: ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย

จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 กล่าวคือ สืบเนื่องมาจากความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย ดังนั้นการที่ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยแต่ไม่ได้เกิดทัศนคติตาม จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนไม่เกิดพฤติกรรมการใช้ โดยจากแนวคิด KAP-GAP (Rogers, 1971 : 288-289) ได้กล่าวไว้ว่า ความรู้ไม่จำเป็นต้องนำไปสู่การปฏิบัติเสมอไป ซึ่งผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย แต่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่สัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อสมุนไพรไทยแต่ไปสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย ซึ่งทัศนคติจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ตามมา ซึ่งการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์กันภัย (2545) เรื่องการสื่อสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับของประชาชนใน ต.กมลา ต่อการส่งเสริมการแพทย์แผนไทยของสถานีนามัย ต.กมลา อ.กระทุ้ง จ.ภูเก็ต พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการแพทย์แผนไทยไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการแพทย์แผนไทย และงานวิจัยของ จุฑิธนา แสงอร่าม (2542) เรื่องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการน้ำประปาดื่มได้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

สมมติฐานข้อที่ 6 : ทักษะที่มีต่อสมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรรไทย

จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะที่มีต่อสมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 กล่าวคือ ประชาชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อสมุนไพรรไทยก็จะมีการใช้สมุนไพรรไทย ดังที่ ชวาร์ตซ์ (Schwartz อ้างใน อรรวรรณ ปิลันธน์โวกาท, 2540 : 39-40) ได้กล่าวไว้ว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและการปฏิบัติในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กันและทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์ (2542) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชน พบว่าทัศนคติต่อปัญหาสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรพัฒนา

ด้วยเหตุที่ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ในชีวิต ทำให้เกิดความคิดและความรู้สึกที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์หนึ่งในด้านบวกหรือลบ ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย โดยสามารถจะแสดงออกมาทางพฤติกรรมว่าสนับสนุนหรือต่อต้าน ซึ่งจากแนวคิดของ โยธิน ศันสนยุทธ์ และคณะ (2524 : 44) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติในเรื่องของ Feeling Component ว่าเป็นองค์ประกอบทางด้านความรู้สึกของบุคคล ซึ่งมีอารมณ์เกี่ยวข้องกับอยู่ด้วย นั่นคือ หากบุคคลมีความรักหรือชอบพอบุคคลใดหรือสิ่งใด ก็จะช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อบุคคลนั้นไปด้วย แต่ถ้าหากมีความรู้สึกเกลียดหรือโกรธบุคคลใด สิ่งใด ๆ ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคลนั้นหรือสิ่งนั้น ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี

ทัศนคติในเชิงบวกต่อการใช้สมุนไพรไทย ดังนั้นจึงเป็นการง่ายที่จะสนับสนุนให้คนไทยหันมาใช้สมุนไพรไทยให้มากขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้สินค้าไทย

งานวิจัยของ ภรณ์ กันภัย (2545) เรื่องการสื่อสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับของประชาชนใน ต.กมลา ต่อการส่งเสริมการแพทย์แผนไทยของสถานีนามัย ต.กมลา อ.กระทุ่ม จ.ภูเก็ต พบว่า ทัศนคติต่อการแพทย์แผนไทยมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการแพทย์แผนไทย และงานวิจัยของ ชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ (2543) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตที่ดัดต่อพันธุกรรม (GMOs) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตที่ดัดต่อพันธุกรรม (GMOs)

สมมติฐานข้อที่ 7 : กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 อธิบายได้ว่า เพศหญิงมีการใช้สมุนไพรไทยมากกว่าเพศชายเนื่องมาจากผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะสนใจเรื่องสุขภาพความสวยความงามมากกว่าผู้ชาย โดยสอดคล้องกับแนวคิดความแตกต่างทางลักษณะประชากรของ ปรมะ สตะเวทิน (2540 : 112-117) ที่ได้กล่าวไว้ว่า “ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ”

สมมติฐานข้อที่ 8 : กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความแตกต่างทางลักษณะประชากรที่ ปรมะ สตะเวทิน ได้กล่าวว่า “อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม และคนที่อายุต่างกันยังมีประสบการณ์ของชีวิตที่แตกต่างกันไป จึงทำให้ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของคนต่างรุ่นต่างวัยไม่เหมือนกัน” และผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์ (2542) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ

ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาเว็บไซต์ขององค์กร พัฒนาเอกชนแตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากในปัจจุบันมีการส่งเสริมการผลิตและการขาย สมุนไพรไทยมากขึ้นรวมถึงกระแสความนิยมด้านสุขภาพและการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติมีมากขึ้น เป็นเหตุให้ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ หลายประเภท ซึ่งสื่อเหล่านี้จะครอบคลุมทุกระดับอายุของประชาชน เช่น การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์มีจุดมุ่งใจเรื่องสุขภาพความงามของผู้ชมหลายกลุ่มอายุ ไม่ได้เจาะจงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จึงทำให้ไม่พบความแตกต่างของการใช้สมุนไพรไทยในการศึกษาครั้งนี้

สมมติฐานข้อที่ 9 : กลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาระดับต่าง ๆ จะมีการใช้สมุนไพรไทยอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากการส่งเสริมให้มีการใช้สมุนไพรไทยได้ทำกันอย่างจริงจังไม่นานมานี้ รวมทั้งได้มีการสร้างกระแสสังคมแบบบูรณาการทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลเท่า ๆ กัน นอกจากนี้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยและการใช้สมุนไพรไทย แต่ทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย จึงอาจกล่าวได้ว่าถึงแม้ประชาชนจะมีการศึกษาต่างกัน แต่ก็มีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยอยู่ในระดับปานกลาง และก็มีทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทยอยู่ในเชิงบวก ซึ่งการกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่ตามปกติมักเกิดจากทัศนคติของบุคคลนั้น ดังคำกล่าวของ ชวาร์ตซ์ (Schwartz อ้างใน อรรถวรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2540 : 39-40) ที่ได้กล่าวไว้ว่า “การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะคติ และการปฏิบัติ โดยความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 10 : กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 และไม่เป็นไปตามที่ ประมะ สตะ เวทิน (2540 : 112-117) ที่ได้อธิบายถึงความแตกต่างของลักษณะทางประชากรของผู้รับสารในเรื่องของอาชีพไว้ว่า “สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจยังทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน และคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป” ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การที่ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก สมุนไพรไทยถือสิ่งเป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเรามาก ดังจะเห็นได้จากการนำสมุนไพรไทยมาใช้เป็นส่วนประกอบของการทำอาหารหรือเป็นส่วนผสมในเครื่องดื่ม เป็นต้น อีกทั้งเนื่องจากในปัจจุบันนี้กระแสของความนิยมในการใช้สมุนไพรไทยกำลังได้รับความนิยมและได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไปอย่างไม่จำกัดอายุ เพศ และอาชีพ และจากผลการวิจัยที่พบว่าประชาชนมีระดับของการใช้สมุนไพรไทยถึงร้อยละ 95.3 (ตารางที่ 14) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ และงานวิจัยนี้ยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของภรณี กัญภัย (2545) เรื่องการสื่อสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับของประชาชนใน ต.กมลา ต่อการส่งเสริมการแพทย์แผนไทยของสถานีนอนามัย ต.กมลา อ.กระทุ้ง จ.ภูเก็ต พบว่า ประชาชนที่มีอายุ เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ในครอบครัวต่างกันมีการยอมรับการแพทย์แผนไทยต่างกัน และงานวิจัยของ พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์ (2542) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และมีการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชนแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร” พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สมุนไพรไทย และยังพบว่าประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยผ่านทางสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลหรือสื่อเฉพาะกิจ อีกทั้งในปัจจุบันประชาชนมีความสนใจและตื่นตัวในการนำสมุนไพรไทยหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากธรรมชาติมาใช้กันมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีขายอยู่ในท้องตลาด ไม่ว่าจะเป็นสมุนไพรไทยเพื่อบำรุงสุขภาพที่อยู่ในรูปของเครื่องดื่มหรืออาหารเสริม, สมุนไพรไทยเพื่อความงาม เช่น สบู่, แชมพู, ครีม, เจล ฯลฯ หรือแม้แต่สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรคที่อยู่ในรูปของบรรจุภัณฑ์ต่างชนิดกันที่มีอยู่มากมายหลากหลายผลิตภัณฑ์ จากเหตุผลดังกล่าวจึงควรมีการส่งเสริมการให้ข่าวสารความรู้ผ่านสื่อมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรทัศน์ ซึ่งมีผู้นิยมเปิดรับมากที่สุด นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ถูกต้องและเป็นจริงมากกว่าที่จะเป็นเพียงสร้างการรับรู้ว่ามีสมุนไพรไทย ซึ่งการให้ความรู้นั้นควรจะให้ประชาชนได้ทราบถึงชนิดของสมุนไพรไทยที่มีประโยชน์และสรรพคุณของสมุนไพรไทย, การใช้สมุนไพรไทยให้ถูกประเภทและถูกด้าน, การให้ความรู้ในเรื่องของผลดี ผลเสีย และข้อควรระวังในการใช้สมุนไพรไทย และอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ เพื่อป้องกันอันตรายจากการใช้สมุนไพรไทยโดยความรู้ความเข้าใจที่ผิด ๆ หรือโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์และภาพยนตร์

2. จากผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลนั้น ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนร่วมสถาบัน / เพื่อนร่วมงาน และจากสมาชิกในครอบครัว / ญาติพี่น้อง มากกว่าที่จะเปิดรับข่าวสารจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องของการใช้สมุนไพรไทย ดังนั้นหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องเช่น กระทรวงสาธารณสุข หรือสถาบันการแพทย์แผนไทย ควรจัดให้มีการส่งเสริมอบรมให้ความรู้ในการใช้สมุนไพรไทยที่ถูกต้องทั้งในเรื่องของทฤษฎีและการนำไปใช้ให้กับผู้ที่มีอาชีพทางด้านเกี่ยวกับสมุนไพรไทย, เภสัชกร หรือแพทย์ รวมทั้งประชาชนทั่วไป เพื่อให้ประชาชนที่มีความสนใจได้ความรู้เรื่องสมุนไพรไทย หรือผู้ที่ต้องการใช้สมุนไพรไทยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยอย่างถูกต้อง เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นสามารถถ่ายทอดความรู้ดังกล่าวไปยังเพื่อน ๆ สมาชิกในครอบครัว หรือญาติพี่น้องได้อย่างถูกต้อง โดยทฤษฎีของโรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1978) กล่าวว่า “ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไปหรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็น

ประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย”

3. จากการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้อันเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรค เพราะสื่อมวลชนในบ้านเราทุกวันนี้มักจะเน้นการนำเสนอข่าวไปในเรื่องของการโฆษณามากกว่าที่จะให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งกันอย่างจริงจัง โดยเฉพาะสื่อประเภทโทรทัศน์ซึ่งถือเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพเพราะเป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง เป็นเหตุให้ประชาชนที่เป็นผู้รับสารไม่ได้รับความรู้ในด้านนั้นจริง นอกเสียจากจะเป็นแค่เพียงการสร้างการรับรู้ สร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นความรู้สึกให้มีความต้องการหรืออยากได้ในผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ ดังนั้นควรจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการสื่อสาร เพราะเหตุที่เทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันนี้ได้เจริญก้าวหน้าขึ้น สื่อเฉพาะกิจประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งถือเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพอีกสื่อหนึ่งที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพในเวลาอันรวดเร็วและไม่มีขีดจำกัด อีกทั้งยังมีราคาถูกกว่าสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์และภาพยนตร์ ก็เริ่มที่จะมีบทบาทในการนำมาใช้ในการสื่อสารมากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่เสนอแนะให้หน่วยงานหรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับสมุนไพรรักษาโรคหันมาให้ความสนใจกับสื่อเฉพาะกิจประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากขึ้นเพราะนอกจากจะสื่อได้ทั้งภาพและเสียงแล้ว ยังสามารถที่จะบรรจุเนื้อหาสาระและความรู้ได้มากกว่าสื่อโทรทัศน์และสื่อภาพยนตร์ ซึ่งก็จะทำให้ประชาชนที่สนใจเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคได้รับประโยชน์ รวมทั้งสาระความรู้ อย่างแท้จริง

4. จากการวิจัยพบว่าความรู้อันเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรรักษาโรค และผลจากการวิจัยพบว่าประชาชนมีการใช้สมุนไพรรักษาโรคอยู่ถึงร้อยละ 95.3 (ตารางที่ 19) และมีทัศนคติเชิงบวกต่อสมุนไพรรักษาโรค แต่กลับพบว่ามีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคนั้นอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ดังนั้นจึงควรที่จะมีการรณรงค์และส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องสมุนไพรรักษาโรคกันให้มากขึ้น เพื่อป้องกันอันตรายอันจะเกิดจากการใช้สมุนไพรรักษาโรคที่ไม่ถูกชนิดและไม่ถูกประเภทโดยผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการให้ความรู้และเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสมุนไพรรักษาโรคให้เกิดขึ้น ซึ่งจะมีผลสืบเนื่องไปถึงพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคได้อย่างถูกต้อง

5. จากการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สื่อนวัตกรรมไทยของคนกรุงเทพมหานคร” พบว่าประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารความรู้ผ่านทางสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ดังนั้นหากจะมีการเลือกใช้สื่อ สื่อมวลชน เช่น สื่อโทรทัศน์ และภาพยนตร์จึงถือเป็นสื่อหนึ่งที่จะทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและแพร่หลายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในจำนวนมากและในเวลาอันรวดเร็ว เพราะสื่อเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งของการเปิดรับข่าวสารความรู้ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติทั้งในด้านการเปลี่ยนแปลง การยอมรับ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลในด้านของพฤติกรรมตามมา

6. จากการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สื่อนวัตกรรมไทยของคนกรุงเทพมหานคร” พบว่าถึงแม้ประชาชนจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสื่อนวัตกรรมไทยผ่านสื่อเฉพาะกิจในระดับต่ำ แต่ถ้าพิจารณาจากการแสวงหาข้อมูลโดยการค้นคว้าศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อนวัตกรรมไทยผ่านสื่อเฉพาะกิจแต่ละชนิดแล้ว จะพบว่าประชาชนมีการศึกษาหาข้อมูลจากหนังสือสื่อนวัตกรรมไทยถึงร้อยละ 31.9 และจากนิตยสาร / วารสารอื่น ๆ ถึงร้อยละ 23.1 และจากอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ ร้อยละ 22.9 ซึ่งจากการพิจารณาถึงการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อดังกล่าวของประชาชน ผู้วิจัยใคร่เสนอแนะว่าหากหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับสื่อนวัตกรรมไทยต้องการที่จะเผยแพร่ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับสื่อนวัตกรรมไทยในเชิงลึก ควรที่จะเผยแพร่ข่าวสารความรู้ผ่านสื่อดังกล่าวข้างต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยเจาะลึกเกี่ยวกับสมุนไพรไทยเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ในด้านของการใช้สมุนไพรไทยเพื่อการรักษาโรค, สมุนไพรไทยเพื่อความงาม และสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ ว่าในแต่ละด้านจะมีผู้เปิดรับข่าวสารอย่างไร มีความรู้ในระดับใด มีการนำไปใช้อย่างไร และมีความพึงพอใจต่อการใช้สมุนไพรไทยอย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการทำธุรกิจเกี่ยวกับสมุนไพรไทยต่อไป

2. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเรื่องของสมุนไพรไทยในตัวแปรอื่น ๆ เช่น ศึกษาอิทธิพลของสื่อต่าง ๆ ทำให้เกิดความพึงพอใจ และการใช้สมุนไพรไทยอย่างไร เพื่อจะได้ทราบว่าสื่อแต่ละประเภทมีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารของผู้รับสารอย่างไร มีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเหล่านั้นอย่างไรที่จะทำให้เกิดการใช้สมุนไพรไทยนั้นตามมา เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพรไทย” ของคนที่มีบริบทและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันออกไป เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับคนในพื้นที่ต่าง ๆ มีความแตกต่างในการเปิดรับสารอย่างไร มีความรู้ ทักษะ และมีการใช้สมุนไพรไทยอย่างไรเมื่อเทียบกับคนกรุงเทพมหานคร เพื่ออาจเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการส่งเสริมเพื่อการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาใช้ หรือรู้จักใช้สมุนไพรไทยได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมตามสภาพแวดล้อมนั้น ๆ หรืออาจก่อให้เกิดการส่งเสริมการนำสมุนไพรไทยมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ก่อให้เกิดรายได้ในชุมชนหรือตำบลนั้น ๆ ได้ด้วย

4. การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพรไทย” นั้น พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทักษะและการใช้สมุนไพรไทย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการวิจัยศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร ทักษะ และพฤติกรรมของประชาชนอย่างไร” ทั้งนี้ในปัจจุบันการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์มีการแข่งขันกันสูง ทั้งในด้านการนำเสนอเนื้อหาสารออกมาทั้งภาพและสี การสร้างแรงจูงใจ และการสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ร่วมจากการเห็นสื่อ ดังจะเห็นได้จากโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เผยแพร่ออกมาสู่สาธารณชน ซึ่งควรจะมีการวิจัยศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาของสารที่เผยแพร่ออกมานั้น ว่ามีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างไร มีการเปิดรับสารอย่างไร เนื้อหาสารที่ใช้มีข้อเท็จจริง ความเป็นไปได้เพียงใด หรือมีการสร้างสารอย่างไรที่ชักจูงและโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดทัศนคติ และเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ตามมา

5. จากการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร” เนื่องจากในการเก็บตัวอย่างข้อมูล ผู้วิจัยไม่ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในอัตราส่วนที่เท่ากันระหว่างเพศชายและเพศหญิง ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่าหากจะมีการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องสมุนไพรไทย ควรที่จะศึกษาถึงตัวแปรในเรื่องเพศ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้อยู่ในอัตราส่วนที่เท่ากัน เพราะจะทำให้ทราบว่าเพศชายและเพศหญิงนั้นมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร ต่อตัวแปรอื่น ๆ ที่ได้กำหนดไว้ในสมมติฐานนั้น ๆ

6. จากการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร” พบว่าประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อในระดับปานกลางถึงต่ำ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใคร่เสนอแนะให้ศึกษาในเชิงลึกกว่า เหตุใดประชาชนจึงสนใจเปิดรับสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับสมุนไพรไทยในระดับปานกลางและต่ำ เพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างหรือวางแผนกระตุ้นให้ประชาชนหันมาสนใจเปิดรับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมากยิ่งขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลผลองค์ความรู้ กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2543.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540.

กิตติธร ปานเทศ, เกสัชกรหญิง. พลังธรรมชาติ บำบัดบำรุงผิว. นิตยสารสมุนไพรเพื่อสุขภาพ. ปีที่3 .ฉบับที่ 28 : หน้า 30.

การแพทย์แผนไทย. สถาบัน. ชุดนิทรรศการการแพทย์แผนไทย. กรุงเทพมหานคร : สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก. 2542.

ชนานันท์ คงนาถฤทธิ์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตที่ตัดต่อพันธุกรรม (GMOs) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ฐิติ วิทยสรณะ. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับความรู้ ทักษะคติ และการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ฐาปวีส์ คงสุข. สมุนไพรให้ความงาม. พิมพ์ครั้งที่ 2, 2543.

ฐัฏทนา แสงอร่าม. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ณัฐฐา รัชตะนาวิน, รองศาสตราจารย์แพทยหญิง. สมุนไพรกับการรักษาฝ้า. หมอชาวบ้าน. ปีที่ 24 ฉบับที่ 288 : หน้า 35.

ดวงตา พิริยานนท์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนกับการยอมรับการทิ้งขยะมูลฝอยแยกประเภทในเขตทดลองโครงการรณรงค์การแยกประเภทขยะมูลฝอย. วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ดานินท์ กิจนิชี. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

นลธวัช พรหมจินดา. แก้วสี่เหลี่ยม. สมุนไพรเพื่อสุขภาพ. ปีที่ 3 ฉบับที่ 28 : หน้า 20.

ธรรดาว ทองแก้ว. เครื่องสำอางของนอกกับของไทยต่างกันตรงไหน. หมอชาวบ้าน. ปีที่ 24 ฉบับที่ 286 : หน้า 18.

บัณฑิตี ชาวาลศิลป์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูด. วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2533.

ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร :
ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2541.

พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของ
กลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชน. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

พัชนี เขยจรรยา และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : เบลโล่
การพิมพ์. 2541.

พีระนันท์ บุรณะโสภณ. พฤติกรรมกรเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการมีส่วนร่วมในการใช้
ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

พูนทรัพย์ สิทธิพรหม. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: ภาคการสื่อสารและ
การประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพระนคร. 2539.

ภรณ์ กัญภัย. การสื่อสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการยอมรับของประชาชนใน ต.กมลา ต่อการ
ส่งเสริมการแพทย์แผนไทยของสถานีอนามัย ต.กมลา อ.กระทุ่ม จ.ภูเก็ต. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

โยธิน ศันสนยุทธ และจุมพล พูลภัทรชีวัน. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรวิทยา,
2524.

วราพร กระหมุดความ. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีต่อการ
รณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล,
2543.

ศศิวิมล ตามไท. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องของ
ประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

สุภารักษ์ จูตระกูล. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยก
ประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

สาวิตรี สุตรา. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมการออมของชาวนบพในจังหวัด
สุรินทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2539.

สมทรง รัชต์เฝ้า, นายแพทย์. ใช้สมุนไพรอย่างไรไม่ให้เกิดโทษ. สมุนไพรเพื่อสุขภาพ. ปีที่ 3 ฉบับที่
29 : หน้า 97.

สมุนไพรไทยธุรกิจหมื่นล้าน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ Nabon Inc, 2537.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์. 2528.

อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Atkin, C.K. Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking. Public Opinion Quarterly 36. 1973.

Bartz, A.E. Basic Statistical Concepts. New Jersey, Prentice-Hall, 1999.

Bloom, Benjamin S, Thomas J. and Madaus George F. Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York : McGraw – Hill Book Company, 1971.

David K. Berlo. The Process of Communication. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960.

Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication New York : The Free Press, 1960.

McCombs and Mullins. “Consequences of Education Media Exposure, Political Interest and Information” Mass Communication Review, 1973

Rogers, M. Everett and Lynne Svenning. Modernization among Peasants : The Impact of Communication” New York : Holt Rinehart and Winston, Inc., 1969

Rogers, EM. Communication and Development : The passing of dominant paradigm, Communication Research, 1976.

Schramm Wilbur, Men Message and Media : A look at Mass Communication New York : Harper and Row Publisher, 1973.

Shannon, Claude E. and Weaver. The Mathematical Theory of Communication. New York: John Wiley & Sons, 1949.

Zimbardo, Phillip : Ebbesen, Ebbe B : and Christina Naskag” Influencing Attitudes and changing Behavior. 2 , de. Ocal. California : Addison Wesley Publishing Company, 1977.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งการให้ข้อมูลของท่านจะไม่มีการนำข้อมูลไปเปิดเผยเป็นรายบุคคล

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

18 - 25 ปี

26 - 34 ปี

35 - 45 ปี

45 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า

ปวช. / อนุปริญญา

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

นิสิต / นักศึกษา

ค้าขาย

พนักงานเอกชน

รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

ประกอบธุรกิจ/อาชีพส่วนตัว (โปรดระบุ)

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. ปัจจุบันท่านมีรายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 5,001 - 10,000 บาท
- 10,001 - 15,000 บาท
- 15,001- 20,000 บาท
- 20,001- 25,000 บาท
- มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทางสื่อต่าง ๆ

สื่อมวลชน / สื่อบุคคล / สื่อเฉพาะกิจ

6. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรมากจากสื่อบ่อยเพียงใด

ประเภทสื่อ					
สื่อมวลชน	มากกว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	เดือนละ 5-6 ครั้ง	เดือนละ 3-4 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	2 เดือนครั้ง
โทรทัศน์					
หนังสือพิมพ์					
หนังสือ / นิตยสาร					
ภาพยนตร์ / โฆษณาโทรทัศน์					
วิทยุ					
สื่อบุคคล	มากกว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	เดือนละ 5-6 ครั้ง	เดือนละ 3-4 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	2 เดือนครั้ง
สมาชิกในครอบครัว /ญาติพี่น้อง					
เพื่อนร่วมสถาบัน / เพื่อนร่วมงาน					
ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญการใช้สมุนไพรรไทย					

สื่อเฉพาะกิจ	มากกว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	เดือนละ 5-6 ครั้ง	เดือนละ 3-4 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	2 เดือนครั้ง
ใบปลิว / แผ่นพับ / วารสาร					
โปสเตอร์, แผ่นป้ายโฆษณา					
สินค้าตัวอย่าง					
อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์					

8. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคจากนิตยสารหรือวารสารใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หมอชาวบ้าน
- สมุนไพรไทย
- โกล์หมอ
- อื่น ๆ ระบุ

9. ท่านเคยเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- www.samunpai.com
- www.cbusinesssthai.com
- www.mweb.co.th
- www.geocities.com
- อื่น ๆ ระบุ

10. เมื่อท่านอยากรู้เรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรค ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างไร และจาก ที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การสอบถามจาก
1. สมาชิกในครอบครัว
2. เพื่อนร่วมสถาบัน / เพื่อนร่วมงาน
- 3.ญาติพี่น้อง
4. ผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพรรักษาโรค
5. อื่น ๆ ระบุ
- ศึกษาค้นหาข้อมูลจาก
1. นิตยสาร / วารสาร
2. อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์
3. หนังสือที่เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรค
4. ผู้ที่ใช้สมุนไพรรักษาโรค
5. อื่น ๆ ระบุ

11. ระหว่างสมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค, สมุนไพรเพื่อสุขภาพ และสมุนไพรไทยเพื่อความงาม ท่านสนใจเปิดรับข่าวสาร ความรู้ของสมุนไพรแต่ละประเภทในระดับใด

ประเภท	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สนใจรับ
สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรค					
สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ					
สมุนไพรไทยเพื่อความงาม					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความรู้ในการใช้สมุนไพรไทย

12. สมุนไพรไทยคืออะไร
- สิ่งที่ได้จากพืช สิ่งที่ได้จากสัตว์
- สิ่งที่ได้จากแร่ สิ่งที่ได้จากพืช, สัตว์, แร่
13. สมุนไพรไทยชนิดใดใช้เป็นยารักษาโรค
- ทับทิม, ฟ้าทะลายโจร, มะขามแขก มะกรูด, แดงกวา, เทียนกิ่ง
- ไพล, ตะไคร้หอม, น้อยหน่า ดอกกรรณิการ์, ฝ้าย, เสลดพังพอน
14. สมุนไพรไทยชนิดใดใช้เป็นยาสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ
- บัวบก, น้ำแดงกวา, น้ำกระเจี๊ยบ ชุมเห็ดเทศ, สมอไทย, แมงลัก
- ทับทิม, มังคุด, กลัวย ทองพันชั่ง, บัวบก, เปล้าน้อย
15. สมุนไพรไทยชนิดใดสามารถใช้เป็นยาสมุนไพรไทยเพื่อความงาม
- มะกรูด, ขมิ้น ส้มป่อย, ว่านหางจระเข้
- เทียนกิ่ง, มะนาว ทุกทุกข้อ
16. สมุนไพรไทยสามารถนำมาใช้ในรูปแบบใดบ้าง
- ใช้ในรูปสมุนไพรไทยสด ยาลูกกลอน, ยาดอกเห็ด
- ยาต้ม, ยาขง ทุกทุกข้อ
17. สมุนไพรไทยชนิดใดสามารถเป็นได้ทั้งยารักษาโรคและบำรุงสุขภาพ
- ชาหญ้าหนวดแมว ดอกคำฝอย
- รวงจืด ทุกทุกข้อ

18. ข้อดีของการใช้ยาสมุนไพรไทยคือข้อใด

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> | ทำให้เกิดอาการพิษได้น้อย | <input type="checkbox"/> | ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย |
| <input type="checkbox"/> | มีประสิทธิภาพดี | <input type="checkbox"/> | ถูกทุกข้อ |

19. ข้อเสียของการใช้ยาสมุนไพรไทยคือข้อใด

- | | | | |
|--------------------------|---------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | ใช้ไม่สะดวก ยุ่งยาก | <input type="checkbox"/> | เมื่อบริโภคในปริมาณมากทำให้เกิดภาวะไม่สมดุลย์ในร่างกาย |
| <input type="checkbox"/> | ออกฤทธิ์ช้า | <input type="checkbox"/> | ถูกทุกข้อ |

20. ข้อควรระวังในการใช้ยาสมุนไพรไทยคือข้อใด

- | | | | |
|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | ใช้สมุนไพรไทยให้ถูกชนิด / ถูกส่วนของพืช | <input type="checkbox"/> | ใช้สมุนไพรไทยในปริมาณเข้มข้น |
| <input type="checkbox"/> | ใช้สมุนไพรไทยตามคำโฆษณา / กล่าวอ้าง | <input type="checkbox"/> | ใช้สมุนไพรไทยติดต่อกันเป็นเวลานาน |

21. ผลข้างเคียงของการใช้สมุนไพรไทยคือข้อใด

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | หากใช้ไม่ถูกส่วนของพืชสมุนไพรไทยอาจทำให้เกิดโรคอื่นได้ |
| <input type="checkbox"/> | เกิดอาการแพ้ |
| <input type="checkbox"/> | เกิดการดื้อยา |
| <input type="checkbox"/> | ถูกทุกข้อ |

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อสมุนไพรไทย
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับข้อความต่อไปนี้

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
22.สมุนไพรไทยมีสรรพคุณดีกว่าในการรักษา, บำรุงสุขภาพ หรือเพื่อความงาม เมื่อเทียบกับ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสารเคมี					
23.การใช้สมุนไพรไทยเพื่อรักษาโรคมะเร็ง เคียงน้อยกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสารเคมี					
24.การใช้สมุนไพรไทยเพื่อความงามมีผลข้าง เคียงน้อยกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสารเคมี					
25.ยาแผนปัจจุบันที่ใช้บำรุงสุขภาพใช้ได้ผลดี กว่าการใช้สมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ					
26.คิดว่าในปัจจุบันควรใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจาก สมุนไพรไทยให้มากขึ้น					
27.สมุนไพรไทยมีราคาถูกลงและใช้ได้ผลดี กว่าผลิตภัณฑ์ที่มาจากสารเคมี					
28.เครื่องสำอางที่ทำมาจากสารเคมีให้ผลดีกว่า เครื่องสำอางที่ทำมาจากสมุนไพรไทย					
29.สมุนไพรไทยมีสรรพคุณนำใช้มากกว่าผลิต ภัณฑ์ที่ทำมาจากสารเคมี					
30.สมุนไพรไทยที่แปรรูปแล้วมีความน่าใช้กว่า สมุนไพรไทยที่ยังไม่ได้แปรรูป					
31.เครื่องสำอางที่ทำจากสมุนไพรไทยที่แปรรูป แล้วมีประสิทธิภาพเท่าเทียมกับเครื่องสำอางที่ ทำมาจากสารเคมี					
32.คิดว่าในปัจจุบันการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจาก ธรรมชาติจะดีต่อสุขภาพ					
33.สมุนไพรไทยมีอันตรายมากกว่าสารเคมี เพราะมีสารที่ไปสะสมในร่างกายมาก					
34.ใช้สมุนไพรไทยโรคเห็นผลช้ากว่าใช้สารเคมี					

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
35. ใช้สมุนไพรไทยต้องใช้ในปริมาณมากทำให้ สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย					
36. คิดว่าการใช้สมุนไพรไทยควรใช้คู่กับผลิต ภัณฑ์ที่ทำมาจากสารเคมีจะให้ผลดีกว่าการใช้ ผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง					
37. หลังการเปิดรับข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับ สมุนไพรไทย ท่านมีความสนใจจะใช้สมุนไพร ไทย					
38. การใช้สมุนไพรไทยยุ่งยากไม่สะดวก					

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทย

39. ท่านเคยใช้สมุนไพรไทยหรือไม่

เคยใช้

ไม่เคยใช้

40. ท่านใช้สมุนไพรไทยเพื่อประโยชน์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เพื่อรักษาโรค

เพื่อบำรุงสุขภาพ

เพื่อความงาม

อื่น ๆ ระบุ

41. ท่านใช้สมุนไพรไทยแต่ละประเภทมากเพียงใด

	ใช้เป็น ประจำ	ใช้บ่อย	ใช้บ้าง	ใช้น้อย / ไม่ ค่อยใช้	ไม่เคยใช้เลย
สมุนไพรไทยรักษาโรค					
สมุนไพรไทยบำรุงสุขภาพ					
สมุนไพรไทยเพื่อความงาม					

42. ท่านใช้สมุนไพรไทยในลักษณะใด

สมุนไพรไทยสด

สมุนไพรไทยแปรรูป

43. สมุนไพรไทยชนิดใดและลักษณะใดบ้างที่ท่านเคยใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เพื่อรักษาโรค

ยาทา

ยาขง

ยาน้ำ / ยาหม้อ

ยาพอก

ยาเม็ด / แคปซูล / ยาอม / ยาลูกกลอน

เพื่อสุขภาพ

เครื่องดื่ม

ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอาหารเสริม

เพื่อความงาม

แชมพู / ครีมนวดผม

สบู์

ยาสีฟัน

เจลล้างหน้า

ผงขัดผิว

สมุนไพรไทยพอกหน้า

อื่น ๆ ระบุ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวศันสนีย์ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ เกิดวันที่ 17 พฤศจิกายน 2517 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เมื่อปีการศึกษา 2539 และเข้าศึกษาต่อในสาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2545



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย