

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมที่ประหยัดน้ำ



นางสาวทองกร ทศนียะเวช

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิตศศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-4061-1

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND WATER SAVING BEHAVIOR



Miss Thongkorn Dasaneyavaja

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

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-4061-1

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

โดย

นางสาวทองกร ทศนียะเวช

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.สุรพล วิรุฬห์รักษ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

..... กรรมการ
(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทองกร ทศนียะเวช : การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ. (NFORMATION EMPOSURE , KNOWLEDGE , ATTITUDE AND WATER SAVING BEHAVIOR) อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ . 131 หน้า ISBN 974-17-4061-1

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากโครงการ "น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า" ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการใช้น้ำของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้นจำนวน 432 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 216 คน และกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 216 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแตกต่าง (t-test) การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า

1. นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารและความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ แต่ทศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ทศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ

ภาควิชา	การประชาสัมพันธ์	ลายมือנית.....
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา	2546	ลายมืออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4585086628 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : INFORMATION EXPOSURE / KNOWLEDGE / ATTITUDE / WATER SAVING
 BHAHAVIOR / NAMHARN 2 CAMPAIGN

THONGKORN DASANEYAVAJA : INFORMATION EXPOSURE , KNOWLEDGE ,
 ATTITUDE AND WATER SAVING BHAHAVIOR. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.
 JITRAPORN SUDHIVORASETH , Ph.D., 131 pp. ISBN 974-17-4061-1

The purpose of this research is to study the correlations between information exposure from “nam harn 2” campaign, knowledge, attitude and water saving behavior. A total of 432 samples was collect from primary school students (M.4-M.6) of school in Bangkok .The samples were divided into 2 groups; 216 students from school participating in Namharn2 campaign and 216 students from non-participating school Questionnaire is used as a tool for data collection and analyses through frequency , percentage , mean , t-test , Pearson’s Product Moment correlation Coefficient , Multiple Regression Analysis. SPSS program was used for data processing. This results indicate that

1. Students of different groups has similar knowledge, attitude, behavior concerning water saving.
2. Information exposure and knowledge did not correlate with water saving behavior but attitude toward water saving correlated with water saving behavior.
3. The variable which could be explain the student 's practice of water saving was attitude towards water saving.

Department	Public Relations	Student’s signature.....
Field of student	Development Communication	Advisor’s signature.....
Academic year	2003	Co-advisor’s signature.....

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ช่วยเป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์นี้ และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ที่คอยถามไถ่ความคืบหน้าของวิทยานิพนธ์ พบปะ และให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้มาตั้งแต่เริ่มแรกด้วยดีเสมอมา นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์พัชนี เขยจรรยา ประธานสอบวิทยานิพนธ์ผู้ซึ่งสละเวลาอันมีค่าในการตรวจแก้ไขและแนะนำให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพยิ่งขึ้น อีกทั้ง ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ผู้ซึ่งร่วมเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างสูงในเรื่องสถิติที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งเรื่องการแปลผลการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ ทุกหน่วยงานที่ให้ความร่วมมือ ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี เริ่มตั้งแต่ เจ้าหน้าที่ของสำนักนโยบายและแผนพลังงานแห่งชาติที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงการ พีจี ซึ่งเป็นผู้ดูแลโครงการ “น้ำहार2” ของบริษัท เจ เอล แอล ที่ทำให้ผู้วิจัยได้เข้าไปร่วมในกิจกรรมต่างๆของโครงการฯ อีกทั้งครูและนักเรียนโรงเรียนต่างๆที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ รวมทั้ง พี และเซงที่ช่วยเก็บข้อมูล

และขอขอบคุณเพื่อนๆ dev. com ทั้งหลายที่ช่วยเหลือ ถามไถ่ และให้คำแนะนำในเรื่องกระบวนการต่างๆของการทำวิทยานิพนธ์ โดยเฉพาะ อู๋ จุ่ม ตา ต่าย พี่ก้อย พี่อร จอย เชน ใหญ่ ฯ และสุดท้ายที่ต้องขอบคุณ คือ น้องยุ้ยผู้ซึ่งเป็นแรงใจในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ตลอดมา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	10
ปัญหานำการวิจัย.....	10
สมมติฐานการวิจัย.....	11
ขอบเขตการวิจัย.....	11
นิยามศัพท์.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
บทที่2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์.....	13
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและประสิทธิผลของการสื่อสาร.....	15
ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	29
ทฤษฎีความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม.....	33
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม.....	43
แนวคิดเกี่ยวกับน้ำและแนวทางในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	46
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51
บทที่3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	57
การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	58
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	60

สารบัญ (ต่อ)

	ช
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	62
การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย.....	62
เกณฑ์ในการให้คะแนน.....	64
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล.....	68
บทที่4 ผลการวิจัย.....	70
ส่วนที่1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	71
ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार2ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ของกลุ่มตัวอย่าง.....	76
ส่วนที่3 ข้อมูลความรู้ในเรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของกลุ่มตัวอย่าง.....	81
ส่วนที่4 ข้อมูลทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของกลุ่มตัวอย่าง.....	84
ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของกลุ่มตัวอย่าง.....	89
ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน.....	94
บทที่5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	99
สรุปผลการวิจัย.....	100
อภิปรายผลการวิจัย.....	105
รายการอ้างอิง.....	119
ภาคผนวก.....	123
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	131

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงปริมาณความต้องการน้ำใช้ในกิจกรรมต่างๆ ปี 2536 และปี 2549.....	4
2. แสดงจำนวนนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จำแนกตามชั้น.....	59
3. แสดงจำนวนนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง โรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการ“น้ำหาร2ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จำแนกตามชั้น.....	60
4. แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วม โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”.....	71
5. แสดงจำนวน ร้อยละของนักเรียน จำแนกตามเพศ.....	72
6. แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำนวนตามอายุ.....	73
7. แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำนวนตามระดับการศึกษา.....	75
8. แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามแผนการศึกษา.....	75
9. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”.....	76
10. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”.....	78
11. แสดงจำนวนและร้อยละ ของนักเรียนจำแนกตามความถี่ของการเปิดรับข่าวสาร จากโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”.....	80
12. แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามความรู้ในเรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า..	81
13. แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามระดับความรู้ในเรื่อง การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	83
14. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ จำแนกตามทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	84
15. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ จำแนกตามทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	86
16. แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	88
17. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	89

18. แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	91
19. แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามระดับของพฤติกรรม การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	93
20. แสดงผลทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ระหว่างกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	94
21. แสดงผลทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ระหว่างกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ.....	95
22. แสดงผลทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ระหว่างกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	96
23. แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษา ในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” กับตัวแปรเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ.....	97
24. แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ตัวแปรการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ เป็นตัวพยากรณ์และใช้พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เป็นตัวแปรตาม.....	98

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
รูปที่ 1 สัดส่วนปริมาณน้ำของโลก.....	1
รูปที่ 2 สัดส่วนปริมาณน้ำจืดของโลก.....	2



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“เรามีชีวิตอยู่ได้ 2-3 สัปดาห์ถ้าขาดอาหาร แต่เราจะมีชีวิตอยู่ได้เพียง 2-3 วันเท่านั้นถ้าขาดน้ำ โดยเนื้อแท้ความจริงแล้ว หากปราศจากน้ำ มนุษย์แทบไม่อาจทำการผลิตสิ่งใดได้เลย” น้ำเป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับชีวิตและการพัฒนา สภาวะการขาดแคลนน้ำจึงเป็นอุปสรรคขัดขวางการพัฒนาของมนุษย์ทุกๆด้าน ธรรมชาติที่เรายังไม่สามารถค้นพบวิธีการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากน้ำอย่างยั่งยืน ธรรมชาติที่เรากำลังพัฒนามนุษย์และคุณภาพชีวิตของมนุษย์ย่อมไม่อาจบรรลุเป้าหมายได้เลยแม้แต่น้อย

น้ำเป็นสารที่มีความมหัศจรรย์ กล่าวคือน้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติประเภทหนึ่งเช่นเดียวกับ ดิน ป่า และแร่ธาตุ แต่น้ำมีคุณลักษณะพิเศษบางประการที่แตกต่างจากทรัพยากรธรรมชาติประเภทอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญกล่าวคือ ประการแรก น้ำเคลื่อนที่ได้ ประการที่สอง ปริมาณน้ำทั้งหมดมีอยู่คงที่ตายตัวไม่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ไม่สูญหาย ประการที่สาม น้ำเป็นพื้นฐานของชีวิต

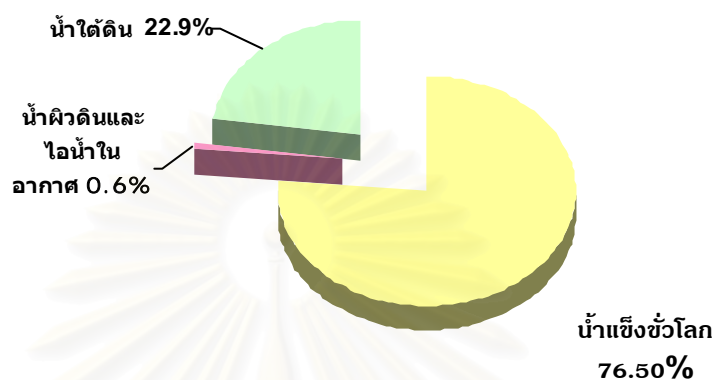
โลกของเราอาจเรียกได้ว่าเป็นโลกแห่งน้ำ เนื่องจากมีพื้นผิวน้ำถึงร้อยละ 70 และที่เหลืออีกร้อยละ 30 หรือประมาณ 148 ล้านตารางกิโลเมตรเท่านั้นที่เป็นผิวดิน ทั้งโลกเรามีน้ำอยู่ 1,385 ล้านลูกบาศก์กิโลเมตร ถ้าเอาน้ำจำนวนนี้มาแผ่ทั่วผิวโลกให้เท่ากัน น้ำเหล่านี้จะท่วมลึกถึง 2.7 กิโลเมตร ดูเหมือนว่าเรามีน้ำมากมายเหลือเฟือ แต่ความจริงน้ำส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 97.3 หรือเท่ากับ 1,348 ล้านลูกบาศก์กิโลเมตรเป็นน้ำเค็มในทะเลและมหาสมุทร ส่วนน้ำจืดซึ่งรวมถึงไอน้ำในบรรยากาศด้วยมีเพียงร้อยละ 2.7 หรือเท่ากับ 37 ล้านลูกบาศก์กิโลเมตรเท่านั้น ดังรูปที่ 1 (อุตร จารุรัตน์ , 2543 : 35)



รูปที่ 1 สัดส่วนปริมาณน้ำของโลก

ในส่วนของน้ำจืดนั้น ร้อยละ 76.5 หรือเท่ากับ 28.2 ล้านลูกบาศก์กิโลเมตรเป็นน้ำแข็งที่อยู่ขั้วโลกเหนือและใต้ ร้อยละ 22.9 หรือ 8.4 ล้านลูกบาศก์กิโลเมตร เป็นน้ำใต้ดินหรือน้ำบาดาล

และที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 0.6 เป็นน้ำในทะเลสาบ แม่น้ำลำคลอง และไอน้ำ ดังรูปที่ 2 (อุตร จารุรัตน์, 2543 : 36) ซึ่งน้ำเหล่านี้ยังไม่สามารถนำมาใช้ได้ทันที และถือว่ามีจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรโลกกว่า 6 พันล้านคน



รูปที่ 2 สัดส่วนปริมาณน้ำจืดของโลก

ความต้องการใช้น้ำสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลักคือ

1. **ความต้องการใช้น้ำสำหรับอุปโภคบริโภค** (Domestic and municipal use) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งใช้สำหรับดื่ม และปรุงอาหาร ซึ่งรวมแล้วประมาณ 5 ลิตรต่อคนต่อวัน อีกส่วนหนึ่งใช้สำหรับการชำระล้างสิ่งต่างๆ ซึ่งใช้น้ำในปริมาณมากถึง 50 ลิตรต่อคนต่อวัน รวมแล้วประชากรทั้งประเทศจำนวน 63 ล้านคน (2545) จะมีความต้องการน้ำสำหรับใช้อุปโภคบริโภคทั้งสิ้นประมาณ 3.4 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน

2. **ความต้องการใช้น้ำเพื่อการเกษตร** (Agricultural and Food production) ในปัจจุบันมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเฉพาะปลูกพืชของเกษตรกร ขณะที่ระบบชลประทานของประเทศยังมีประสิทธิภาพต่ำ ทำให้ปริมาณน้ำที่จะตอบสนองต่อความต้องการประเภทนี้ไม่เพียงพอ โดยเฉพาะการปลูกข้าวนาปรัง ซึ่งต้องใช้น้ำ 2,000 ลบ.ม. ต่อไร่ตลอดฤดูการเพาะปลูก จากพื้นที่ทางการเกษตร 147.8 ล้านไร่ พบว่ามีการใช้จากคลองชลประทาน เพื่อเพาะปลูกพืชในฤดูฝน 44,000 ล้านลบ.ม. และในฤดูแล้ง 2,400 ล้านลบ.ม. รวมเป็นปริมาณการใช้น้ำเพื่อการเพาะปลูกทั้งประเทศประมาณ 46,400 ล้านลบ.ม. ต่อปี

3. **ความต้องการใช้น้ำเพื่ออุตสาหกรรม** (Manufacture and production) น้ำที่ใช้กระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ น้ำที่เป็นองค์ประกอบของการผลิต น้ำที่ใช้

หล่อเย็นเครื่องจักร น้ำที่ใช้ทำความสะอาดวัตถุดิบตลอดจนเครื่องจักรและโรงงาน เช่น อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ต้องการน้ำ 4,500 ลิตรในการผลิตปูนซีเมนต์ 1 ตัน , อุตสาหกรรมเหล็กต้องการน้ำ 4.3 ตัน ในการผลิตเหล็ก 1 ตัน และอุตสาหกรรมหนังต้องการน้ำ 50 ตันเพื่อผลิตหนัง 1 ตัน เป็นต้น จากนโยบายการพัฒนาประเทศ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ต้องการเปลี่ยนประเทศให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ จึงเป็นเหตุที่คาดการณ์ได้ว่าปริมาณน้ำใช้ในอุตสาหกรรมจะเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน

นอกจากความต้องการใช้น้ำทั้ง 3 ประเภทหลักแล้ว น้ำยังมีบทบาทสำคัญอื่นๆ เช่น ใช้น้ำเป็นสื่อกลางในการชำระสิ่งโสโครก (Transportation of waste) เป็นพลังงานในการผลิตกระแสไฟฟ้า (Water power) เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation) เพื่อการคมนาคมและการขนส่ง (Navigation and transportation)

ในปัจจุบันความต้องการใช้น้ำเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้มีสาเหตุสำคัญอย่างน้อย 2 ประการคือ ประการแรก โลกมีประชากรเพิ่มมากขึ้น และประการที่สอง คือ มนุษย์เราใช้ทรัพยากรน้ำมากขึ้นกว่าเดิม ตัวอย่างเช่น ในปีค.ศ. 1940 ประชากรโลกใช้น้ำโดยเฉลี่ยประมาณ 400 ลูกบาศก์เมตร/คน/ปี แต่ในปัจจุบัน อัตราการใช้น้ำกลับเพิ่มขึ้นสูงกว่า 800 ลูกบาศก์เมตร/คน/ปี (ยศ สันตสมบัติ , 2537: 29) การใช้น้ำเพิ่มมากขึ้นกว่าสองเท่าตัว ล้วนแล้วแต่ส่งผลให้เกิดสภาวะการขาดแคลนน้ำขึ้นในปัจจุบัน นอกจากนี้สภาวะโลกร้อนซึ่งเป็นผลมาจากป่าต้นน้ำลำธารถูกมนุษย์รุกรานและการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศของโลกก็ทำให้สภาวะขาดแคลนน้ำมีมากขึ้น ในปีพ.ศ. 2529 สถาบันทรัพยากรโลก (World Resource Institute) ได้ศึกษาสถานการณ์น้ำของประเทศต่างๆ ประมาณ 100 ประเทศทั่วโลก และพบว่ากว่าครึ่งหนึ่งของประเทศเหล่านี้กำลังเริ่มประสบปัญหาขาดแคลนน้ำ (ยศ สันตสมบัติ , 2537 : 32) จากปัญหาการขาดแคลนน้ำนี้ ได้นำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งและการแย่งชิงทรัพยากรน้ำระหว่างภาค อุตสาหกรรมกับเกษตรกรรม และระหว่างเมืองกับชนบท และอาจเป็นเป็นชนวนให้เกิดความขัดแย้งระหว่างประเทศซึ่งอยู่ในลุ่มน้ำเดียวกันและใช้น้ำร่วมกัน

สำหรับประเทศไทย น้ำจืดนั้นก็ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของประชากรไทย ทั้งนี้เนื่องจากประชากรไทยส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม เราจึงมีการใช้น้ำจืดในภาคเกษตรกรรมถึงร้อยละ 90 ใช้ในการอุตสาหกรรม และครัวเรือนเพียงร้อยละ 4 และร้อยละ 6 ตามลำดับ แต่จากการเจริญเติบโตของประชากร การขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรม ตลอดจนการเพิ่มพื้นที่เกษตรกรรม

จากรายงานการศึกษาเพื่อจัดทำแผนหลักงานพัฒนาน้ำทั่วประเทศของกรมชลประทาน ระบุชัดเจนว่า ในปี 2549 หรืออีก 4 ปีข้างหน้าประเทศไทยจะมีปริมาณความต้องการน้ำถึง 70,494 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็น 34.02% ของปริมาณน้ำที่เราเคยใช้เมื่อปี 2536 ซึ่งปรากฏว่าในปริมาณความต้องการน้ำที่เพิ่มขึ้นนี้ ภาคการอุปโภคบริโภคของประชาชนมีอัตราเพิ่มสูงสุดคือเพิ่มถึงร้อยละ 111.45 เมื่อเทียบกับปี 2536 คือจาก 3,118.14 ล้านลูกบาศก์เมตรในปี 2536 เป็น 6,593.32 ล้านลูกบาศก์เมตรในปี 2549 รองลงมาคือภาคอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ 64.27 และด้านเกษตรกรรมชลประทานเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.18 (ดังตารางที่ 1)

ปี พ.ศ.	ปริมาณความต้องการน้ำ (ล้าน ลบ.ม./ปี)				การขาดแคลนน้ำ (ล้าน ลบ.ม./ปี)
	อุปโภค บริโภค	อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว	ชลประทาน	รวม	
ปี 2536	3,118.14	1,311.52	48,171.92	52,601.58	5,702.44
ปี 2549	6,496.32	2,454.40	61,746.64	70,494.36	6,240.88
เพิ่มขึ้น (%)	111.45	64.27	28.18	34.02	9.44

ตารางที่ 1 ปริมาณความต้องการน้ำใช้ในกิจกรรมต่างๆ ปี 2536 และ ปี 2549
แหล่งข้อมูล กรมชลประทาน

ความต้องการน้ำที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้สำนักงานคณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติ , กรมชลประทาน และหน่วยงานภาครัฐได้กำหนดวิสัยทัศน์เรื่องน้ำของชาติ ไว้ดังนี้ “ ภายในปี 2568 ประเทศไทยจะมีน้ำใช้อย่างพอเพียงและมีคุณภาพ โดยมีระบบการบริหารจัดการองค์กร ระบบกฎหมายในการใช้ทรัพยากรน้ำที่เป็นธรรม ยั่งยืนโดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิตและการมีส่วนร่วมในทุกระดับ” (กรมชลประทาน , 2545 : 96)

นอกจากนี้ รัฐบาลได้ตระหนักในความสำคัญของทรัพยากรน้ำที่มีอยู่อย่างจำกัดและมีแนวโน้มลดลงในขณะที่ความต้องการใช้น้ำกลับทวีมากขึ้นจึงได้กำหนดนโยบายเร่งด่วนในการ

บริหารจัดการน้ำ ที่เรียกว่า “นโยบายน้ำของชาติ” โดยมีข้อกำหนด 9 ข้อดังนี้ (กรมชลประทาน , 2545 : 98)

1. เเร่งรัดให้มีพระราชบัญญัติทรัพยากรน้ำเป็นกฎหมายหลักในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของประเทศ
2. จัดให้มีองค์กรเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรน้ำทั้งในระดับชาติ ในลุ่มน้ำและระดับท้องถิ่นที่มีกฎหมายรองรับ
3. เน้นการจัดสรรน้ำที่เหมาะสมและเป็นธรรมสำหรับการใช้น้ำด้านต่างๆ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน ด้านเกษตรกรรมและอุปโภคบริโภค
4. กำหนดทิศทางที่ชัดเจนในการจัดการน้ำและพัฒนาแหล่งน้ำ
5. จัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรให้แก่เกษตรกรอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม
6. พัฒนาและบรรจุความรู้เรื่องน้ำในหลักสูตรของทุกระดับการศึกษา
7. สนับสนุนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมพร้อมทั้งกำหนดรูปแบบการมีส่วนร่วม สิทธิและหน้าที่อย่างชัดเจนของประชาชน องค์กรเอกชนและหน่วยงานของรัฐในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างชัดเจน
8. เเร่งรัดให้มีการวางแผนการบรรเทาและแก้ไขปัญหาคู่ทกภัยและภัยแล้ง
9. สนับสนุนงบประมาณสำหรับแผนปฏิบัติการตามนโยบาย รวมทั้งการวิจัย การประชาสัมพันธ์ การรวบรวมข้อมูลข่าวสารและการถ่ายทอดเทคโนโลยีเกี่ยวกับเรื่องน้ำต่อสาธารณชนอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง

ด้วยเหตุดังกล่าว รัฐบาลชุดปัจจุบันภายใต้การนำของ พตท.ทักษิณ ชินวัตร จึงมอบหมายให้สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน(สนพ.) กระทรวงพลังงาน ในฐานะหน่วยงานที่ดำเนินการจัดทำนโยบาย แผนการบริหารพัฒนา ตลอดจนกำหนดมาตรการประหยัดพลังงานของประเทศ ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของการใช้น้ำและการใช้พลังงาน และสานต่อนโยบายของภาครัฐมาสู่แนวปฏิบัติ ดังนั้น สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน(สนพ.) จึงดำเนินการโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน ในชื่อโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เพื่อกระตุ้นและสร้างความเข้าใจให้เยาวชนรุ่นใหม่ กลุ่มผู้ใช้น้ำในครัวเรือน ตลอดจนประชาชนทั่วไป ให้เกิดความตระหนักในความสัมพันธ์ของการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าและการอนุรักษ์พลังงาน รวมทั้งปลูกกระแสและสร้างค่านิยมในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า โดยมีการปรับ

พฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวันเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามแนวทาง ลด ละ เลิก จนเกิดเป็นนิสัยขึ้น ตลอดจนให้ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และการอนุรักษ์พลังงาน เสนอแนะแนวทางวิธีปฏิบัติที่เหมาะสมในการใช้น้ำในชีวิตประจำวัน

วัตถุประสงค์ของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

1. เพื่อให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์น้ำภายในประเทศ เพื่อกระตุ้นความตระหนักว่าน้ำและพลังงานเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่จำกัด จึงจำเป็นต้องใช้อย่างรู้คุณค่า
2. เพื่อให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายในเรื่องความสัมพันธ์ของการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และการใช้พลังงาน
3. เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายให้เกิดความนิยมว่า การอนุรักษ์น้ำและพลังงานสามารถทำได้ง่ายในชีวิตประจำวัน และเกิดความสนใจที่จะนำแนวทางประหยัดพลังงานและน้ำมาปฏิบัติจริง
4. เพื่อสร้างกระแสและค่านิยมในการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน ทำให้กลุ่มเป้าหมายโครงการฯ เกิดความภาคภูมิใจว่าตนได้มีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงานเพื่อชาติ
5. เพื่อเชิญชวนกลุ่มเป้าหมาย ให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เพื่อประหยัดพลังงาน

กลุ่มเป้าหมายและระยะเวลาดำเนินโครงการ

โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ เยาวชนในสถานศึกษา ทั้งระดับประถม มัธยม และอุดมศึกษา และมีกลุ่มเป้าหมายรองคือ ประชาชนทั่วไป โดยมีระยะเวลาดำเนินงานตั้งแต่เดือนกันยายน 2545 ถึง เดือนเมษายน 2546

สื่อประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ของโครงการได้แบ่งออกเป็น 2 แนว เพื่อปลูกฝังและสร้างค่านิยมในการ “ใช้อย่างคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพ” ให้กับกลุ่มเป้าหมาย คือ สื่อรณรงค์ และกิจกรรมรณรงค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- สื่อรณรงค์ แบ่งออกเป็น 6 ประเภทดังนี้

1. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ จำนวน 2 เรื่องคือ

- อย่าใช้น้ำมากเกินไป
 - อย่าใช้น้ำมากเกินไป
2. สปอตโฆษณาทางวิทยุ จำนวน 2 เรื่องคือ
- อย่าใช้น้ำมากเกินไป
 - อย่าใช้น้ำมากเกินไป
3. สารคดีทางโทรทัศน์ “คลินิกหมอน้ำ”
เป็นสารคดีสั้นที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำในบ้านอย่างถูกวิธี โดยมีกำหนดแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทุกวันจันทร์ เวลา 17.00
4. สารคดีวิทยุ “1 นาทีกับหมอน้ำ”
เป็นสารคดีสั้นที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และให้แนวทางในการตรวจสอบการรั่วไหล และการสูญเสียของการใช้น้ำภายในครัวเรือน
5. เว็บไซต์ www.namham2.com
เว็บไซต์ www.namham2.com คือสื่ออีกแขนงหนึ่งที่โครงการฯได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวของโครงการฯ ทั้งยังเป็นสื่อในการเผยแพร่วิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอีกทางหนึ่งด้วย
6. สื่ออื่นๆ เช่น สื่อโปสเตอร์ คู่มือน้ำहार2 ปฏิทินน้ำहार2 เป็นต้น

● กิจกรรมรณรงค์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. โครงการประกวดวาดภาพ “ผู้พิทักษ์รักษาน้ำ ของฉัน”
เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับเด็กที่กำลังศึกษาในระดับประถมศึกษา โดยให้เด็กวาดภาพ “ผู้พิทักษ์รักษาน้ำของฉัน” ในความคิดของเด็ก พร้อมบรรยายด้านหลังภาพ ภาพที่ได้รับรางวัลจะนำมาเป็นสัญลักษณ์นำโชค (Mascot) ของโครงการ“น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนำมาจัดสร้างเป็นเกม ในรูปแบบของเกมเศรษฐกิจที่เล่นบนกระดาน ซึ่งจะพิมพ์แจกจ่าย ขยายผลให้เด็กทั่วประเทศเล่น ซึ่งจะเป็นการสอน และให้ความรู้ ตลอดจนเป็นเกมที่มีการจำลองเหตุการณ์การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ซึ่งจะ让孩子เกิดการเชื่อมโยงระหว่างเกมกับชีวิตจริงถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน

เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อเด็กที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำและพลังงานอย่างรู้คุณค่า และอย่างมีประสิทธิภาพ ในรูปแบบของค่ายฝึกอบรม และนิทรรศการประกอบการสาธิต ระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรมในค่าย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะมีโอกาสเรียนรู้ถึงปัญหา แนวทางป้องกัน และการแก้ไขปัญหาในเรื่องเกี่ยวกับเรื่องน้ำซึ่งเป็นเรื่องใกล้ตัว โดยกิจกรรมภายในค่ายมีดังนี้

- ชมนิทรรศการ และการสาธิตประกอบการบรรยายเรื่องการใช้งานน้ำ และพลังงานเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ใน 16 สถานีแห่งความรู้ความเข้าใจ
- ศึกษาสายสัมพันธ์ ระหว่างป่า สิ่งมีชีวิต และสายน้ำ ในพื้นที่อนุรักษ์
- เล่นเกมสร้างสรรค์ความคิดทางด้านการทำงานเป็นทีม เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำและสิ่งแวดล้อม
- ชมภาพยนตร์สารคดีเกี่ยวกับน้ำ และพลังงาน
- ร่วมกิจกรรมสันทนาการอื่นๆ เช่น แคมป์ไฟ การแสดงของชาวยุโรป
- รับฟังการบรรยายจากผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรน้ำ และสิ่งแวดล้อม

3. โครงการคัดเลือก “ยุวทูตอนุรักษ์น้ำและพลังงาน”

เป็นกิจกรรมสำหรับบุคคลที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา โดยโครงการจะสร้างเสริมและสนับสนุนให้เกิดกลุ่มเยาวชน จำนวน 5 คน ในระดับอุดมศึกษาจาก 5 ภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ให้ได้รับโอกาสในการเป็นผู้นำความคิดในการอนุรักษ์น้ำและพลังงานไปเผยแพร่ในฐานะของ “ยุวทูตอนุรักษ์น้ำและพลังงาน” โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีความสามารถ และศักยภาพในการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เป็นอย่างดี โดยยุวทูตอนุรักษ์น้ำและพลังงานจะเป็นบุคคลในอุดมคติของเยาวชนที่มีภาพลักษณ์ของความมุ่งมั่น ความสามารถ และใส่ใจในเรื่องของการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน กระตุ้นให้เยาวชนในรุ่นต่อไปอยากจะทำตามแบบอย่าง

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 จะเห็นได้ว่านโยบายของชาติยังคงเน้น “การพัฒนาคน” ทั้งนี้เนื่องจากคนเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติ ซึ่งการพัฒนาคนนั้นจะต้องทำให้คนมีความรู้ เพื่อที่จะได้นำความรู้ที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาประเทศต่อไป ทั้งนี้โครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เป็นอีกโครงการหนึ่งที่มีประโยชน์แก่ประชาชน ดังนั้นสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) จึงได้มีการทำประชาสัมพันธ์ กระจายข่าวสาร

ไปยังประชาชน เพื่อที่จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติ ซึ่งจะส่งผลดีต่อครัวเรือน เช่น ลดรายจ่ายค่าน้ำประปา ค่าใช้จ่ายด้านพลังงานที่ใช้ในการบำบัดน้ำเสีย การสูบน้ำ และยังส่งผลดีต่อการพัฒนาประเทศอีกด้วย กล่าวคือ ช่วยประหยัดพลังงานที่ใช้ในการผลิตน้ำประปา , ทำให้มีน้ำสำหรับการผลิตไฟฟ้าพลังน้ำเพิ่มมากขึ้นเพื่อประเทศจะได้ไม่ต้องซื้อพลังงานไฟฟ้าจากต่างประเทศ และไม่เกิดสภาวะการขาดแคลนน้ำใช้ในประเทศ ซึ่งจะส่งผลดีต่อความมั่นคงด้านพลังงานและเศรษฐกิจของประเทศด้วย

ด้วยเหตุผลและความเป็นมาของปัญหาดังกล่าว จึงเห็นความจำเป็นที่จะได้มีการส่งเสริมเยาวชนให้มีทัศนคติในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพ โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะเด็กนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา เนื่องจากเป็นในระดับนี้ช่วงที่เด็กสามารถเรียนรู้ สามารถคิด หาเหตุผลอย่างมีระบบและเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เป็นนามธรรมได้ดี สามารถคาดคะเน ตั้งสมมติฐานและแก้ไขปัญหาได้ มีความคิดหาเหตุผลแบบตรรกศาสตร์ ซึ่งเมื่อเด็กกลุ่มนี้โตขึ้น เด็กกลุ่มนี้ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในอนาคต

โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”นี้เป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะกระตุ้นสร้างความเข้าใจให้เกิดความตระหนักในความสำคัญของการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และการอนุรักษ์พลังงาน รวมทั้งปลูกกระแสและสร้างค่านิยมในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า โดยโครงการนี้เป็นโครงการที่น่าสนใจ เนื่องจากมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความแตกต่างจากโครงการอื่นๆที่ภาครัฐได้เคยดำเนินการไป นั่นคือ โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เน้นการใช้สื่อกิจกรรม ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาว่า หากผู้รับสารหรือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีการเปิดรับสาร มีความรู้ ทัศนคติต่อเรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอย่างไร และแตกต่างกันหรือไม่ และจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าหรือไม่ อย่างไร ประกอบกับหลังจากมีการดำเนินงานรณรงค์ตามโครงการฯ ยังไม่มีนักวิจัยทำการศึกษาในเรื่องดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใต้โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน(สนพ.) เพื่อที่จะนำผลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนาปรับปรุง กลยุทธ์ในเรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” รวมถึง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ
2. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”
4. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

ปัญหานำวิจัย

1. นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการฯ รวมถึง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นอย่างไร
2. นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าแตกต่างกันหรือไม่
3. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทักษะของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าหรือไม่
4. ตัวแปรใดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

สมมติฐานการวิจัย

1. นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทักษะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”
3. การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีสถานศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ในโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ที่ดำเนินการระหว่างเดือนกันยายน 2545 – เดือนเมษายน 2546 ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.)

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

หมายถึง โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อรณรงค์และสื่อกิจกรรมในการปลูกฝังและสร้างค่านิยมในการ “ใช้พลังงานน้ำอย่างรู้คุณค่า และมีประสิทธิภาพ” ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน(สนพ.) ระหว่างเดือนกันยายน 2545-เดือนเมษายน 2546

การเปิดรับข่าวสาร

หมายถึง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อมวลชน สื่อบุคคล รวมไปถึงสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ที่ใช้ภายในโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

ความรู้

หมายถึง การรู้และเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ซึ่งวัดจากแบบทดสอบความรู้

ทัศนคติ

หมายถึง สภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกตอบสนองต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ไปในทางยอมรับหรือไม่ยอมรับ แบ่งออกเป็น ทัศนคติในทางบวก คือ เห็นด้วยต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และทัศนคติในทางลบ คือไม่เห็นด้วยในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า โดยวัดจากคะแนนในส่วนทัศนคติของแบบสอบถามที่ใช้ในการประเมินค่า (Rating)

พฤติกรรม

หมายถึง การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด หลีกเลี่ยงการใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือย โดยวัดจากคะแนนในส่วนพฤติกรรมของแบบสอบถามที่ใช้ในการประเมินค่า (Rating)

นักเรียน

หมายถึง บุคคลที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นแนวคิดในการสื่อสารให้แก่สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน(สนพ.) ในการวางแผน ปรับปรุง และส่งเสริมแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีทัศนคติและนิสัยในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ ” ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวความคิด มาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและประสิทธิผลของการสื่อสาร
3. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
4. ทฤษฎีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
5. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
6. แนวคิดเกี่ยวกับน้ำและแนวทางในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์

ความหมายของการรณรงค์

วิจิตร อวระกุล (2534) ได้ให้ความหมายของการรณรงค์ไว้ว่า “การรณรงค์ หมายถึง การดำเนินการเพื่อกระตุ้นมวลชนให้ช่วยแก้ไขภาวการณ์ของสังคมให้ดีขึ้น ปลอดภัยขึ้น เช่น การรณรงค์เพื่อให้พ้นความอดอยาก การรณรงค์เพื่อคุณภาพชีวิต การรณรงค์เพื่อรักษาป่า ฯลฯ การรณรงค์มีลักษณะของการดำเนินการอย่างทันทีทันใด ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เน้นความเอิกเกริก เกียรติยศ ครึกโครม เพื่อให้ประชาชนเกิดความตื่นตัว หวาดกลัว ร่าเริงใจ มีกำลังใจ และเพื่อความร่วมมือนำดำเนินการ”

ณรงค์ สมพงษ์ (2535) กล่าวว่า “การรณรงค์ คือ วิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติ ให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่องในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง”

Rogers (1973) กล่าวว่า “การรณรงค์เป็นชุดกิจกรรมการสื่อสารที่ถูกวางแผนเอาไว้ก่อนล่วงหน้า ได้รับการออกแบบโดยผู้ต้องการการเปลี่ยนแปลง (change agent) เพื่อให้ได้มาซึ่งการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของผู้รับสารในช่วงระยะเวลาที่กำหนด”

McQuail (1983) กล่าวว่า “การรณรงค์ คือ สถานการณ์ที่สื่อจำนวนมากถูกใช้กับประชากรที่ถูกเลือกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงข้อมูลข่าวสารและการโน้มน้าวใจ ตัวอย่างที่พบบ่อยๆ คือ ในวงการการเมือง การโฆษณาสินค้าบริการ การหาทุน และการเผยแพร่ข่าวสารเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยสู่สาธารณชน”

จากนิยามต่างๆข้างต้นทำให้เราสามารถสรุปลักษณะต่างๆไปของการรณรงค์ได้ว่า

1. **มีจุดมุ่งหมายที่เฉพาะเจาะจง** ผลที่ได้จากการรณรงค์มีความหลากหลายตั้งแต่ผลกระทบระดับความนึกคิดของปัจเจกบุคคล ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างทางสังคม ผลนั้นจะเป็นประโยชน์กับผู้ส่งสารหรือผู้รับสารในกระบวนการรณรงค์ เช่น การรณรงค์ให้กรุงเทพมหานครสะอาด การรณรงค์ให้ประชาชนดื่มนม การรณรงค์ให้วางแผนครอบครัว เป็นต้น
2. **มีการพุ่งเป้าไปที่คนจำนวนมาก หรือกลุ่มคนขนาดใหญ่** การใช้คำว่า “ใหญ่” ในที่นี้เพื่อแสดงความหมายว่าการรณรงค์นั้นไม่ได้ทำในระดับการสื่อสารระหว่างคนสองคน หรือในหมู่คนเพียงไม่กี่คน ผู้รับสารนั้นถูกกำหนดว่าเป็นใคร มีจำนวนประมาณเท่าใด โดยมีเป้าหมายของการรณรงค์เป็นเกณฑ์ อีกเหตุผลหนึ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องมีขนาดใหญ่ก็คือ เรื่องเงินทุนและทรัพยากรที่ใช้ไปกับการรณรงค์ไม่ใช่แค่คนสองคนต้องคุ้มค่า
3. **มีการระบุระยะเวลาที่ชัดเจน** ช่วงระยะเวลาของการรณรงค์ หมายถึง ช่วงตั้งแต่เริ่มมีการวางแผนคิดทำ จนถึงขั้นการประเมินผลการรณรงค์ที่เป็นขั้นตอนสุดท้าย ระยะเวลาการรณรงค์อาจเป็นได้ตั้งแต่ 2-3 สัปดาห์ 2-3 เดือน ซึ่งจัดว่าเป็นการรณรงค์ระยะสั้น และ 5-10 ปี สำหรับการรณรงค์ระยะยาว
4. **มีผู้นำ** การรณรงค์หากปราศจากผู้นำก็คงจะพัฒนาไปไม่ได้และต้องสลายไปในที่สุด
5. **มีโครงสร้างของการทำงานแบบองค์กร** การรณรงค์จะมีผู้รับผิดชอบที่จะทำการรณรงค์ซึ่งจะพัฒนาขึ้นมาเป็นองค์กรทั้งแบบส่วนตัวและมูลนิธิ องค์กรนี้มักจะมีสำนักงานทำหน้าที่ติดต่อ ประสานงาน และหาทุน
6. **ไม่มีฝ่ายต่อต้านอย่างจริงจัง** การรณรงค์ไม่เหมือนกับการเคลื่อนไหว (movement) ซึ่งมักจะเป็นการริเริ่มการเปลี่ยนแปลงหรือการคัดค้านสถานะดั้งเดิม (status quo)

ปัญหาที่การรณรงค์ประสบเป็นประจำคือ ผู้รับสารไม่ตระหนักว่ามีการรณรงค์นั้นๆ หรือผู้รับสารเฉยเมยไม่เอาใจใส่

7. **มีลักษณะของการโน้มน้าวใจอยู่ด้วยเสมอ** โดยเหตุที่การรณรงค์มีจุดมุ่งหมายที่จะดำเนินกิจกรรมใดให้ลุล่วง การรณรงค์จึงต้องรวมการจูงใจเพื่อให้ผู้รับสารเปลี่ยนความเชื่อทัศนคติ หรือพฤติกรรม

8. **การรณรงค์นั้นเกี่ยวข้องกับชุดกิจกรรมการสื่อสารที่มีการจัดการวางแผนการใช้ไว้ล่วงหน้า** กิจกรรมการสื่อสารหลักๆ ได้แก่ การผลิตเนื้อหาสาร (message production) และการเผยแพร่กระจายสาร (message distribution) ผ่านช่องทางการสื่อสารแบบต่างๆ กิจกรรมเหล่านี้ถูกจัดวางเพื่อบรรลุเป้าหมายการรณรงค์ ที่สื่อและองค์กรที่รับผิดชอบกับเรื่องที่จะรณรงค์กำหนดไว้ โดยปกติไม่อาจทำได้ด้วยกำลังที่มีอยู่ เช่น การรณรงค์ให้คนไทยใช้ของไทยช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่ต้องอาศัยการรวมพลังของภาครัฐและเอกชน เพราะลำพังกำลังในด้านช่องทางการสื่อสารและทรัพยากรจากตัวสถาบันภาครัฐหรือภาคเอกชนแต่เพียงฝ่ายเดียวไม่อาจทำได้อย่างเต็มที่

จากนิยามข้างต้น จึงพิจารณาได้ว่าโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เป็น การรณรงค์ เนื่องจากลักษณะของโครงการมีข้อเหมือนกับลักษณะของการรณรงค์ในหลายเรื่อง เช่น การมีจุดมุ่งหมายที่เฉพาะเจาะจง (ต้องการให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า) , มีกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ (เยาวชนในสถานศึกษา ทั้งระดับประถม มัธยม และอุดมศึกษา และมีกลุ่มเป้าหมายรองคือประชาชนทั่วไป) , มีการระบุระยะเวลาในการดำเนินการที่ชัดเจน (ตั้งแต่เดือนกันยายน 2545 ถึงเดือนเมษายน 2546) , มีผู้นำ ซึ่งในที่นี้คือ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน(สนพ.) รวมถึง ไม่มีฝ่ายต่อต้านอย่างจริงจัง มีลักษณะของการโน้มน้าวใจ และมีการจัดวางแผนการสื่อสารไว้ล่วงหน้า

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและประสิทธิผลของการสื่อสาร

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นพื้นฐานของกระบวนการทางสังคมของมนุษย์ กล่าวคือ การที่มนุษย์สามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นสังคม นับตั้งแต่สังคมขนาดเล็กในระดับครอบครัวจนกระทั่งถึงการรวมตัวกันเป็นสังคมขนาดใหญ่ในระดับประเทศนั้น จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการติดต่อสื่อสาร เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันของคนในสังคม ตลอดจนการใช้

การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างกฎระเบียบ เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขและเป็นที่ยอมรับกันระหว่างสมาชิกในสังคม (อังโน วันทนีย์ ศิริสุข, 2539)

ความหมายของการสื่อสาร

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของ “การสื่อสาร” ว่า หมายถึง “นำหนังสือ หรือข้อความของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง”

คำว่า “การสื่อสาร” หรือเรียกในภาษาอังกฤษว่า “Communication” นั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กัน เช่น

อริสโตเติล (Aristotle) ได้ให้คำจำกัดความของการศึกษาวิชาวาทศิลป์ (rhetoric) หรือ การสื่อสาร (communication) ว่าคือ การแสวงหา “วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ” (search for “ all the available means of persuasion”) (อ้างใน Robert W. Rhys, 1960)

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ และเอฟ ฟลอยด์ ชูเมคเกอร์ (Everett M. Roger and F.Floyd Shoemaker) “การสื่อสารคือ กระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร (อ้างใน Everett M. Roger, 1971)

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilber Schramm, 1974) กล่าวว่า การสื่อสาร คือ “การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (Information Signs)”

ปรมะ สตะเวทิน (ปรมะ สตะเวทิน, 2540) “การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญๆ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2530)

ผู้ส่งสาร (Source) หมายความว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสารความคิดความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงอาจเป็นคนๆ เดี่ยว คนหลายคน

สาร (Message) หมายความว่า ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปของรหัส เช่น เมื่อเราพูด สารก็คือ ถ้อยคำที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารก็คือ ตัวหนังสือที่เราเขียนเป็นคำเป็นประโยค เมื่อเราแสดงกิริยา สารก็ปรากฏอยู่ในกิริยาท่าทางที่เราแสดงออกมา

สื่อ (Channel) หมายความว่า สิ่งที่น่าหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร เช่น เมื่อเราพูด สื่อก็คือ คลื่นเสียงในอากาศ เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ คลื่นแสงในอากาศและกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสื่อ เมื่อเราดูวิทยุโทรทัศน์ สื่อก็คือ คลื่นแสง คลื่นเสียง และจอโทรทัศน์

ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ดังนั้น ผู้รับสารจึงอาจเป็นคนเดียว คนหลายคน

ลาสเวลล์ (Horold Lasswell) ได้กล่าวว่า การศึกษากระบวนการสื่อสาร มักจะเน้นที่จะตั้งคำถามเหล่านี้ คำถามใดคำถามหนึ่ง ผู้ที่ศึกษาตัวผู้ส่งสารก็จะศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นแรงจูงใจและกำหนดพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้ส่งสาร ซึ่งเรียกว่า การวิเคราะห์ผู้ส่งสาร (Sender Analysis) ผู้ที่ศึกษาเนื้อหาสาระก็จะทำการวิเคราะห์สาร (Content Analysis) พวกที่ศึกษาอิทธิพลข้อดีข้อเสียของสื่อต่างๆ ก็เรียกการศึกษานี้ว่า การวิเคราะห์อิทธิพลการสื่อสาร (Media Analysis) อีกทั้งยังมีการศึกษาถึงอิทธิพลของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับสาร (Effect Analysis) ซึ่งตรงกับกรวิจัยในครั้งนี้ กล่าวคือ งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการเป็นอย่างไร และผลจากการเปิดรับข่าวสารของโครงการนั้น ทำให้นักเรียนมีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอย่างไร และมีความแตกต่างจากกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ในการติดต่อสื่อสาร ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร โดยทั่วไป วัตถุประสงค์ของการสื่อสารสามารถจำแนกได้ดังนี้ (Wilber Schramm, 1974 อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร)

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (To inform)

เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสาร ต้องการเผยแพร่ หรือบอกกล่าวเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆ กิจกรรม นโยบาย ความเคลื่อนไหว ฯลฯ ของตนเอง หรือหน่วยงานให้ผู้รับสารได้ทราบ ผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะได้รับทราบข่าวสาร เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน หรือเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ

2. เพื่อให้การศึกษา (To educate)

เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสาร ต้องการให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ และเกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ และผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะเรียนรู้และศึกษา

3. เพื่อโน้มน้าวใจ (To persuade)

เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสาร ต้องการให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชอบใจ สนใจหรือคล้อยตาม สนับสนุนและต้องการที่จะปฏิบัติตาม ส่วนผู้รับสารทำการสื่อสารเพื่อต้องการที่จะได้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ การสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการโน้มน้าวใจหรือชักจูงใจ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา เป็นต้น

4. เพื่อความบันเทิง (To entertain)

เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ สนุกสนานในส่วนผู้รับสารเองต้องการได้รับความพอใจ เพลิดเพลินใจ หรือสนุกสนาน

ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

เดวิท เบอริโล (Berlo) ได้เสนอรายละเอียดในองค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งรายละเอียดปลีกย่อยนี้จะเป็นตัวบ่งชี้ว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากเพียงไร หรือได้ผลตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ต้องคำนึงถึงการสื่อสาร 6 ประการ คือ

1. แหล่งสาร (Communication Source)
2. ผู้เข้ารหัส (Encoder)
3. สาร (Message)
4. ช่องทางหรือสื่อ (Channel)
5. ผู้ถอดรหัส (Decoder)
6. ผู้รับสาร (Communication Receiver)

เบอร์โล (Berlo) ได้นำเอาแหล่งสาร และผู้เข้ารหัสมารวมไว้ในองค์ประกอบเดียวกัน คือ Source และได้นำเอาผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารมารวมเป็น Receiver

1. ผู้ส่งสาร หรือแหล่งสาร (Source)

หมายถึง แหล่งกำเนิดของสาร หรือผู้เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับความคิด เหตุการณ์ ต่างๆ สิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ ส่งต่อไปยังผู้รับสาร (receiver) ผู้ส่งนี้อาจเป็นคนเพียงคนเดียว หรือ บุคคลหลายคน เช่น สถาบัน องค์กร สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่ง Source ควรจะมีลักษณะ ที่ดีดังนี้

ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึง ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญในการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งสารสามารถวิเคราะห์จุดประสงค์และความต้องการในการสื่อสารได้ รวมถึงรู้จักเลือกสื่อ และภาษาที่เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละกลุ่ม

ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยทัศนคติแบ่งออกเป็น

ทัศนคติต่อตนเอง เป็นการที่ผู้ส่งสารประเมินตนเอง กล่าวคือ ผู้ส่งสาร อาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตนเอง ซึ่งถือเป็นทัศนคติในทางลบ แต่ในทางตรงกันข้ามผู้ส่งสารอาจมีทัศนคติที่ดีต่อตนเองก็ได้ ทัศนคติต่อตนเองเป็นผลสืบเนื่องมาจากบุคลิกภาพด้วยและยังมีผลต่อการสร้างสารอย่างมาก

ทัศนคติต่อเนื้อหา เป็นทัศนคติที่ผู้ส่งสารจะมีต่อเนื้อหาของสารที่เขา จะส่ง

ทัศนคติต่อผู้รับสาร หรือบุคคลอื่นๆ ในกระบวนการสื่อสาร กล่าวคือ ถ้าผู้ส่งสารมีทัศนคติที่ดี หรือไม่ดีต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ก็จะทำให้การสื่อสารแตกต่างกันออกไป

ระดับความรู้ (Knowledge Level) ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้และความเข้าใจใน ข่าวสารที่จะส่งออกไปก่อน เพื่อสามารถถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับได้

ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture System) หรือพื้นฐานทาง สังคมและวัฒนธรรม (Social-Cultural Background) บุคคลที่มีพื้นฐานทางสังคมต่างกัน วัฒนธรรมต่างกันจะมีการสื่อสารต่างกันไปด้วย เช่น ค่านิยม ความเชื่อ ตำแหน่งหน้าที่การงานของผู้ส่ง สาร จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของการสื่อสาร นอกจากนั้น ผู้ส่งสารยังจะต้องทราบถึงพื้นฐานทาง สังคม และวัฒนธรรมของผู้รับสารเสียก่อน จึงจะสามารถทำการสื่อสารได้ผลดี

2. สาร (Message)

หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งให้ผู้รับสาร โดยสารจะเป็นตัวแทนของความคิดที่ส่งผ่านไป ตามสื่อ และไปกระตุ้นความหมายให้เกิดแก่ผู้รับ ไม่ว่าจะเป็นคำพูด การเขียน ภาพ เสียงเพลง ฯลฯ ก็นับว่าเป็นสาร ซึ่งสารที่ดีจะต้องเป็นสารที่เรียกร้องความสนใจ (Attention) ทำให้เกิดประสบการณ์ร่วมกัน (Common Experience) และสารนั้นจะต้องตรงกับความต้องการของผู้รับสารด้วย แต่อย่างไรก็ตาม สารนี้จะไม่มีความหมายเลย ถ้าผู้รับสารไม่มีความสามารถในการอ่านหรือแปล ความต่อสารนั้น

3. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel)

ในกระบวนการสื่อสารมวลชน ช่องทางการสื่อสารที่รู้จักโดยทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ เป็นต้น ความเหมาะสมของสื่อที่จะใช้จะต้องสอดคล้องกับการรับรู้ของผู้รับสาร

การใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม จะทำให้การสื่อสารบรรลุประสิทธิผล เพราะช่องทางการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับผู้รับสารในการเลือกจดจำ เช่น เมื่อผู้ส่งสารเปลี่ยนความเร็วในการพูด ระดับเสียง และคุณภาพเสียง ผู้รับสารก็จะเลือกจดจำเนื้อหาของสารได้มาก แต่ถ้าผู้ส่งสารเฉยเมยต่อการใช้ช่องทางการสื่อสาร ย่อมทำให้ผู้รับสารไม่อาจจำสารนั้นได้ ความคล่องตัวในการใช้ช่องทางการสื่อสารกับผลสัมฤทธิ์ในการสื่อสารมักไปด้วยกัน และวิธีการสื่อสารที่ดี มักจะชักจูงใจผู้รับสารได้ดีด้วย

4. ผู้รับสารหรือผู้ถอดรหัส (Receiver)

หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง อาจเป็นบุคคลที่กำลังรับฟัง ดู หรืออ่านข่าวสาร หรือเป็นสมาชิกของกลุ่ม เช่น ผู้ฟังคำบรรยาย หรือมวลชน

โดยปกติแล้ว ผู้รับสารจะทำหน้าที่เป็นคนถอดรหัส (Decode) ข่าวสารที่มาจากแหล่งข่าวสารด้วยตนเอง ยกเว้นบางกรณีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ผู้รับสารอาจไม่สามารถถอดรหัสได้ ต้องอาศัยบุคคลอื่น เช่นคนอ่านหนังสือไม่ได้ต้องอาศัยบุคคลอื่นอ่านให้ฟัง เป็นต้น

ผู้รับสาร ก็เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร คือ จะต้องมีส่วนประกอบต่อไปนี้อยู่ด้วย จึงจะทำให้การสื่อสารได้ผล

ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skill) ประกอบด้วย ความสามารถในการฟัง การอ่าน และการคิด ถ้าผู้รับสารไม่มีทักษะเหล่านี้ เขาจะไม่สามารถรับและ

ถอดรหัสได้ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าสังคมใดก็ตามที่มีผู้อ่านออกเขียนได้น้อย สังคมนั้นจะพัฒนาค่อนข้างช้า

ทัศนคติ (Attitude) ผู้รับสารจะถอดรหัสของสารได้ขึ้นอยู่กับทัศนคติที่เขา มีต่อตนเอง ทัศนคติที่มีต่อผู้รับสาร และทัศนคติที่ดีต่อเนื้อหาของสาร คือผู้รับสารที่จะถอดรหัสได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องไม่ดูถูกตนเอง ไม่มีอคติต่อข่าวสารที่จะรับ และต้องให้ความเชื่อถือต่อผู้ส่งสาร

ระดับความรู้ (Knowledge) การสื่อสารจะได้ผลดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้รับสารว่าจะมีความเข้าใจสัญลักษณ์ เนื้อหาสาร ธรรมชาติของการสื่อสารแค่ไหน ถ้าหากว่าผู้รับสารไม่เข้าใจแล้ว จะทำให้การรับสารผิดไป ไม่ตรงกับที่ผู้ส่งสารต้องการจะให้ผู้รับสารได้รับ

ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social & Cultural system) บุคคลที่มีวัฒนธรรมตำแหน่งในสังคม สถานภาพ กลุ่มสมาชิก การดำเนินชีวิตที่ต่างแตกต่างกันออกไป ย่อมจะทำให้การรับและแปลความหมายของสารผิดไป การเปลี่ยนแปลงทางสังคมย่อมจะทำให้วิถีทางการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปด้วย

องค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบนี้ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด มีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้นหากผู้ส่งสารมีประสิทธิภาพ แต่สื่อและผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพ ก็จะทำให้ประสิทธิผลของการสื่อสารด้อยลงไป ในทำนองเดียวกันหากผู้ส่งสารด้อยประสิทธิภาพ หากสารไม่ชัดเจน แม้จะมีสื่อและผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารก็ยังด้อยประสิทธิผลเช่นกัน และยิ่งหากทั้งผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพด้วยแล้ว การสื่อสารก็มีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จน้อยที่สุด ดังนั้นองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารเหล่านี้เป็นตัวกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสาร นอกจากนั้น ปัจจัยทางด้านทัศนคติของผู้รับสารทั้งต่อตนเอง ต่อสาร และผู้รับสาร เป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสารได้

ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงความสำคัญขององค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารดังกล่าว กล่าวได้ว่า องค์ประกอบในการดำเนินงานการสื่อสารของโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ได้แก่ ผู้ส่งสารของโครงการ ข้อมูลข่าวสารจากทางโครงการ สื่อที่ใช้ในโครงการ และผู้รับสารของโครงการนั้น นับเป็นองค์ประกอบหลักที่จำเป็นต้องมีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อที่จะส่งผลให้การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ของโครงการนี้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

เครช เดวิด (Krech David อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2532) อธิบายถึงกฎ 5 ข้อ ของการสื่อสารว่า เมื่อผู้ส่งสารสื่อสารไปยังผู้รับสารนั้น ผู้ส่งสารย่อมมีวัตถุประสงค์ที่คาดหวังไว้ 5 ขั้นตอน ต่อผู้รับสารเรียกว่า กฎ 5 ข้อแห่งการสื่อสาร กล่าวคือ

1. การรับสารนั้นได้ (receive)
2. การเข้าใจสารนั้น (understand)
3. การยอมรับ (accept)
4. การเกิดการปฏิบัติ (action)
5. การมีปฏิกริยาตอบกลับ (Provide feedback)

ดังนั้น ในการสื่อสารทุกประเภท ถ้าผู้รับสารสามารถบรรลุถึงกฎ 5 ข้อ ตามขั้นตอนนี้แล้ว ย่อมถือได้ว่าเป็นการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จ

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ (Everett M. Rogers, 1971) ให้ความเห็นว่า การส่งสารซ้ำหลายๆ ครั้ง จะทำให้สารนั้นถูกยอมรับโดยผู้รับสารมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารจำเนื้อหาสารได้ดีขึ้นและสารนั้นจะมีประสิทธิภาพในการจูงใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

คอตเลอร์ และโรเบิร์ตโต (Kotler and Roberto, 1989) ให้ความเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการจดจำสาร (Memorability Factors) ของผู้รับสาร ว่า ต้องประกอบด้วยตัวสนับสนุนให้สารน่าจดจำ (Idea Reinforcement) คือ การนำเสนอสารซ้ำๆ กัน จะเป็นตัวช่วยให้สารเป็นที่จดจำได้มากโดยใช้ความถี่ (Frequency) ซึ่งหมายถึง อัตราความบ่อยครั้งที่กลุ่มเป้าหมายได้รับสาร และการย้ำ (Repetition) คือ การย้ำเตือนเป็นระยะๆ เพื่อผู้รับสารจะได้ไม่ลืมสารนั้นๆ ตลอดจนความต่อเนื่อง (Continuity) ในการให้ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอด้วย

สื่อและประสิทธิภาพของสื่อ

สื่อ (Media) คือพาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารนั้น การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไป อาจสามารถจำแนกประเภทของสื่อได้ดังนี้ คือ

1. สื่อมวลชน

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดียว หรือกลุ่มบุคคลสามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลารวดเร็ว สื่อมวลชนที่โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เลือกใช้ในการทำการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารมวลชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ 2 ประการ คือ

- กลุ่มผู้รับสาร จะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคม หรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จัก หรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

- สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน จะเป็นประเภทที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio-Visual Transmitter) เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio-Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Josept T. Klapper อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2533) ได้เสนอแนวความคิด เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนไว้ ดังนี้

1. **อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม** เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่สกัดกั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 **ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions)** ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียง ที่จะประพฤติปฏิบัติ อย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

2. สื่อบุคคล

สื่อบุคคล (Interpersonal Media) หมายถึง ตัวบุคคลผู้นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ พ่อแม่ ผู้ปกครอง เพื่อน ครู เจ้าหน้าที่ของโครงการที่เป็นผู้ให้ความรู้ในการจัดกิจกรรมต่างๆ

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล โรเจอร์ส และชูเมคเกอร์ (Roger and Shoemaker) ได้กล่าวไว้ว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มาก ในกรณีที่ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสินใจรับข่าวสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีผลกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มาก ในการใช้เป็นเครื่องชักจูงใจโน้มน้าวใจผู้รับสาร ดังที่เสถียร เขยประทับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคล ไว้ดังนี้

- **สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุควิถี** ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถโต้ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้กับความต้องการ และเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว เช่นกัน การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิกริยาตอบสนอง หรือปฏิกริยาสะท้อนกลับสูงสามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจดจำสารได้

- **สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้** การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้แบ่งออกเป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่ม ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ, 2525)

1. การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารสงสัยไม่เข้าใจ ก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจ จึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลาและแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2. การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนร่วม กลุ่มต่างๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่บลูเมอร์ (Blumer, 1969) กล่าวไว้ว่า “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจไปในทางนั้นด้วย “ การติดต่อโดยกลุ่มนี้อาจทำได้โดยการประชุมอภิปราย และสนทนาภายในกลุ่ม คือ จัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสาร

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่มองเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคล ในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่า ในการชักจูงให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง ดังเช่น โรเจอร์ส (Rogers, 1978) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่างๆ พบว่า สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่น หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

3. สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ (special Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น เสียงตามสาย สไลด์ แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิว เทป เป็นต้น

สำหรับคุณลักษณะที่ดีของสื่อเฉพาะกิจนั้น ประมะ สตะเวทิน (2530) ได้อธิบายว่า ในการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา ผู้ใช้สามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งของโครงการพัฒนาที่ต้องการรณรงค์เฉพาะเรื่องไปยังประชากรกลุ่มเป้าหมาย และการใช้สื่อเฉพาะกิจจะทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธี

นอกจากสื่อ 3 ประเภทดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งซึ่งผู้ส่งสารของโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ได้นำมาใช้เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโครงการฯ กับกลุ่มเป้าหมายหลัก นั่น คือ สื่อกิจกรรม ซึ่งเป็นสื่อที่มีความสำคัญในโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เนื่องจากสื่อชนิดนี้ เป็นสื่อที่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ เนื่องจากได้รับทั้งความรู้และความสนุกสนาน สื่อกิจกรรมนี้เป็นสื่อที่ใช้กับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการฯ นั่น คือ กิจกรรมเข้าค่ายอนุรักษ์น้ำ ซึ่งภายในกิจกรรมเข้าค่ายนี้ ทางโครงการก็ได้ใช้สื่อหลากหลายชนิดในการให้ความรู้กับนักเรียน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมเกมส์ กิจกรรมเพลง การสาธิตต่างๆ การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

4. สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรม ซึ่ง ณรงค์ สมพงษ์(2535) ได้อธิบายว่า คำว่า “สื่อ” นั้นได้กินความไปถึงกิจกรรม (activities) หรือวิธีการ (methods) ที่นำมาสนับสนุนหรือจัดการให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้สิ่งต่างๆ ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 รวมทั้งได้มีส่วนร่วมในการแสดงออกในกิจกรรมนั้นๆ ซึ่งเป็นสื่อที่นับได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่องานส่งเสริมและเผยแพร่ เนื่องจากได้เรียนรู้จากสิ่งเร้าหลายทาง สื่อเหล่านี้อาจจัดอยู่ในรูปของกลุ่มหรือมวลชนก็ได้ตามลักษณะกิจกรรม เช่น การจัดนิทรรศการ หรือการแสดงสาธิต เป็นต้น ดังนั้นอาจพูดได้ว่า “สื่อกิจกรรม” เป็นการรวบรวมเอาอุปกรณ์หรือสื่อหลายประเภทมาใช้ร่วมกัน โดยคุณลักษณะที่สำคัญต่อการสื่อสาร คือ

- a. ช่วยรวมวัสดุ อุปกรณ์หรือสื่อต่างๆ ไว้ในที่แห่งเดียว เช่น การจัดนิทรรศการ
- b. ส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายๆ ได้มีโอกาสแสดงออกถึงความสามารถของตนเองทำให้เกิดกำลังใจในการปฏิบัติงาน เช่น การจัดประกวด แข่งขันตอบปัญหา
- c. เร่งเร้าให้มีการยอมรับปฏิบัติได้เร็วขึ้น
- d. ช่วยให้มีการพบปะสังสรรค์กันระหว่างบุคคลในฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- e. สื่อกิจกรรมสร้างการรับรู้ที่เป็นรูปธรรมมาก เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายๆ ได้มีโอกาสสัมผัสด้วยตัวเอง บางอย่างได้ทดลองด้วยตนเองอีกด้วย

ประสิทธิผลของการสื่อสาร

จุมพล รอดคำดี กล่าวถึง เรื่องการทดสอบประสิทธิผลของสื่อ คือการวัดปฏิกิริยา และพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลเป้าหมาย หลังจากการใช้สื่อไปแล้วว่า สื่อ นั้น

1. สามารถทำให้เกิดความรู้ และความเข้าใจเพิ่มขึ้นหรือไม่ หรือ/และ
2. สามารถกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นเพิ่มขึ้นหรือไม่ หรือ/และ
3. สามารถโน้มน้าวใจให้เปลี่ยนทัศนคติได้หรือไม่ หรือ/และ
4. สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้หรือไม่

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โรเจอร์ (Roger) ในเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิผลว่า จะต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือเกิดผลบางประการในตัวผู้รับสาร โดยเกิดจากความตั้งใจของแหล่งสารใน 3 ประเด็นคือ

1. การเปลี่ยนแปลงในระดับความรู้ (Change in receiver's knowledge)
2. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Change in receiver's attitude)
3. การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (Change in receiver's behavior)

ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประเภทนี้ ผู้ส่งสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” คาดหวังว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประเภทนี้ในทางบวกขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการหรือมีการเปิดรับสื่ออย่างต่อเนื่อง

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารที่สำคัญอย่างยิ่งประการหนึ่ง คือ ผลของการสื่อสาร ซึ่งเกิดหลังจากการสื่อสารทุกครั้ง มักจะเกิดผลในเรื่องต่างๆ เป็นการก่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ผลของการสื่อสารจะเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อองค์ประกอบในเรื่องตัวผู้รับสาร ที่สำคัญประการหนึ่ง คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ของมนุษย์ การศึกษาการเปิดรับสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านต่างๆ ประกอบด้วย การเปิดรับสาร 2 ลักษณะคือ

1. **การเปิดรับสารจากสื่อมวลชน** โดยที่ผู้รับสารที่มีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทักษะ หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป แคลปเปอร์ (Klapper : 1960) ได้แบ่งขั้นตอนการเปิดรับสารไว้ ดังนี้

การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็นความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทักษะ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ ในขณะที่นั้น ฉะนั้นในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนเองด้วย

การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติของตนเอง และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความคิดเห็นของตนเองได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ ทักษะคติ หรือความเชื่อของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

ชแรมส์ (Schramm) อธิบาย ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ชาร์ลส์ แอตคิน (Atkin : 1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุน หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์น้อยกว่าบุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวนั้น (Information Ignoring) หรือในกรณีที่บุคคลเห็นว่าข่าวสารนั้น จะก่อให้เกิดภาระผูกพันก็จะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) และในบางครั้งก็ต้องยอมรับข่าวสารต่างๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงในการลงทุนลงแรงในการรับข่าวสารนั้นๆ

สำหรับเหตุผลที่มนุษย์เลือกสนใจรับข่าวสารอย่างไรมัน นักวิชาการหลายท่าน เช่น ไฟร์ดสัน (Friedson) โรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นตรงกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการจะเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป เนื่องจากแต่ละบุคคลมีการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในการหล่อหลอมความคิด ความรู้สึก ความเชื่อมั่น และความต้องการที่จะมีส่วนร่วมสร้างแรงจูงใจ ขณะเดียวกันสภาพทางสังคมเป็นตัวเร่งในบุคคลให้เปิดรับข่าวสารจากสื่อ

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นๆ เป็นตัวกำหนดให้เกิดความแตกต่างกันในการเลือกสรรรับข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งงานการศึกษาของ เดอเฟลอร์ (Defleur M.L, 1966) ได้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพล ในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยาและสังคม ตลอดจนอิทธิพล

ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นสังกัดอยู่ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้นๆ ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร

2. **การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล** สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์ส และชูเมกเกอร์ (Roger and Shoemaker) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจ

เดอเฟลอร์ (Defleur, 1966) ได้กล่าวถึงทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ว่าประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมสื่อสารคล้ายคลึงกัน เช่น การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่างๆ เป็นต้น ส่วนทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relation Theory) เดอเฟลอร์แสดงให้เห็นว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีตัวแปรแทรกอีกประเภทหนึ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม โดยที่ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยอิทธิของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ อิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal influence) โดยจะมีทฤษฎีการสื่อสารมวลชน 2 ขั้นตอน (Two-Step Flow of Communication) ที่ความคิดเห็นต่างๆ จะไหลผ่านสื่อมวลชนไปยังผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) ก่อน แล้วจึงมีการถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นกลุ่มต่างๆ ในสังคมนี้จะก่อให้เกิดในเครือข่าย (Interpersonal network) ขึ้นในการสื่อสารมวลชน

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างในการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์ โดยมีผู้เสนอแนวทางไว้ดังนี้

Defleur(1966) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างเกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน ทฤษฎีที่สำคัญของ Defleur เกี่ยวกับเรื่องนี้มีด้วยกัน 3 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะ ค่านิยมและความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับ หรือตีความหมายจากการสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล มีดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่าง จะเปิดรับความเห็นแตกต่างกันไป
- การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้นได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิฐานะ

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิ หรือ กลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัว และวงศาคนญาติจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มบุคคลหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อว่าข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือไต่ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เราเรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal Influence)

ปรมะ สตะเวทิน (2538) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของสังคมในระดับกลุ่มปฐมภูมิต่อ ทัศนคติ ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมของบุคคลไว้ว่า กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) เป็นกลุ่มซึ่งเกิดจากการรวมตัวของคนที่มีความใกล้ชิด และคุ้นเคยกัน มีขนาดของสมาชิกไม่มากนักโดยปกติไม่เกิน

12 คน ตัวอย่างของกลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนสนิทในที่ทำงานหรือโรงเรียน เป็นต้น ความสัมพันธ์ของบุคคลกับกลุ่มปฐมภูมิต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมต่างๆ รวมทั้งพฤติกรรมในการสื่อสารของคนด้วย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะการมีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ทำให้สมาชิกของกลุ่มมีประสบการณ์ร่วมกันจากการติดต่อสัมพันธ์กันเป็นประจำ ทำให้คนเรียนรู้ความคิดพื้นฐาน (Basic Ideas) ประสบการณ์ และค่านิยม (Values) เหล่านี้กำหนดความรับรู้ของคน (What he perceives and how he perceives it)

โดยสรุปการแสวงหาข่าวสาร และการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว รวมทั้งสามารถแก้ปัญหา หรือเพื่อสนองตอบความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงด้วย นอกจากนี้ยังเป็นการนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่นๆ เช่น การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เนื่องจากผู้รับสารต้องการมีความรู้เพื่อที่จะได้เกิดพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ซึ่งจะสามารถลดค่าประปา หรือช่วยให้ชาติประหยัดพลังงานได้

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

บิคฮาร์ด เฮช มาร์ค (Bickhard H. Mark, 1980) ได้ให้คำจำกัดความ คำว่า “ความรู้” หมายถึงความสามารถของผู้เรียนที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ โดยแบ่งเป็นความรู้ต่อสถานการณ์ หรือความรู้ในระดับกว้าง

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2523) กล่าวว่า “ความรู้” เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้เรียนสามารถทำได้หรือระลึกได้ โดยการมองเห็น ได้ยิน ความรู้ในที่นี้คือ ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ คำจำกัดความ เป็นต้น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2523) กล่าวว่า “ความรู้” เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะแยกโดยการนึกได้ หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยินได้จำ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับ คำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี รูปแบบ กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

ดังนั้นอาจจะสรุปได้ว่า ความรู้จึงเป็นความสามารถในการใช้วิธีเท็จจริง (Facts) หรือความคิด (Idea) ความหยั่งรู้ หยั่งเห็น (Insight) หรือสามารถเชื่อมโยงความคิดเข้ากับเหตุการณ์

ความรู้ เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบต่อผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จาก 5 ประการ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลาย เพื่อตอบสนองข้อสงสัย และความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรมนั้นๆ ในฐานะความรู้

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนัก และผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชน และค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้ง ไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อยๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยม และอุดมการณ์ เป็นภาวะของสังคม สื่อมวลชนที่น่าเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดแจ้งขึ้น

การประเมินด้านความรู้ หมายถึง การประเมินการเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหา และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ ตามที่นักวิชาการชื่อบลูม (Bloom) และคณะได้แยกกระตบความรู้ไว้ 6 ระดับ คือ

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเรื่องเฉพาะวิธีปฏิบัติ กระบวนการ และแบบแผน ได้รับความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้

2. **ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension)** หมายถึง บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่าง ได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นได้ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายแปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่นๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. **ระดับการนำไปใช้ (Application)** สามารถนำข้อเท็จจริง และความเห็นที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม

4. **ระดับการวิเคราะห์ (Analysis)** สามารถใช้ความคิด ในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกัน เพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. **ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis)** คือ การนำเอาข้อมูล แนวความคิด มาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม

6. **ระดับการประเมินผล (Evaluation)** คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูล เพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผล และวัดข้อมูลมาตรฐาน เพื่อให้ตั้งข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

ความหมายของทัศนคติ

นิวคอมบ์ (Newcomb , 1954) ได้อธิบายว่า ทัศนคติ เป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย หรือรู้สึกเฉยๆ ความชอบ ความเกลียด เป็นต้น

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good , 1973) กล่าวว่า ทัศนคติ คือความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่จะเป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคลบางคน หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด

โรคิช (Rokeach , 1970) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติ ไว้ว่า ทัศนคติ เป็นการผสมผสานหรือจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

โสภา ชูพิกุลชัย(2522) กล่าวว่า “ทัศนคติเป็นการรวมความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็นและความจริง” ซึ่งได้แก่ ความรู้ต่างๆ รวมทั้งความรู้สึก ซึ่งเป็นการประเมินค่าทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งทั้งหมดจะเกี่ยวพันกัน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมขึ้น

พยาม วงสสารศรี (2526) กล่าวว่า ทศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิด การกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ทศนคติ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ถ้าสภาพแวดล้อมหรือเหตุการณ์ ต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป หรือได้รับข้อมูลใหม่ โดยทั่วไปเชื่อกันว่า ทศนคติมีผลต่อการปฏิบัติของ บุคคล

จากความหมายต่างๆ ที่กล่าวมาจึงสามารถสรุปได้ว่า ทศนคติ หมายถึงความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบต่อที่หมาย ซึ่งอาจจะเป็นตัวบุคคล แนวความคิด คำพูด สิ่งของ หรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ทศนคติก่อรูปขึ้นจากประสบการณ์ส่วนบุคคล มีลักษณะค่อนข้างยืดหยุ่นคงทน แต่ก็เปลี่ยนแปลงได้ถ้ามีเหตุผลหรือเหตุการณ์สำคัญเพียงพอ

ทศนคติ (Attitude) จึงเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทศนคตินั้น มีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533) ซึ่งมีความสอดคล้องกับจิตติ วิทยาสรณะ (2540) ที่กล่าวว่า การศึกษาถึงสาเหตุของพฤติกรรมของบุคคลนั้น นักจิตวิทยาได้เห็นพ้องต้องกันว่า จิตลักษณะที่ทำนายพฤติกรรมได้แม่นยำที่สุด คือ ทศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมนั้น นอกจากนี้การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของบุคคลส่วนใหญ่ ตามปกติมักเกิดจากทศนคติของบุคคลผู้นั้น ทศนคติจึงเป็นเสมือนทางเลือกของพฤติกรรม คือ เป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล พฤติกรรมส่วนใหญ่ของบุคคลถูกควบคุมด้วยทศนคติของเขา ถ้าเราต้องการพยากรณ์ และ ควบคุมพฤติกรรมของคน เราต้องศึกษาเรื่องทศนคติให้กว้างขวางลึกซึ้ง

แคท และสตูดแลนด์ (Katz and Stotland) ได้แยกส่วนประกอบของทศนคติไว้ 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. ส่วนประกอบด้านความคิด หรือความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) ได้แก่ ความคิดซึ่งเป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด ซึ่งความคิดนี้อาจจะอยู่ในรูปใดรูปหนึ่ง แตกต่างกันไป

2. ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก(Affective component) ซึ่งเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีความรักความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ก็แสดงออกขณะคิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่นความรู้สึกในด้านบวก (positive Affective

Component) ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงข้าม บุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ (Negative Affective Component) ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบเป็นไปในทางที่ไม่ดี

3. ส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component) ซึ่งมีแนวโน้มไปในทางการกระทำหรือพฤติกรรมในลักษณะที่ว่าเมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง

ลักษณะของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิด และการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับประสบการณ์ และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตาม ทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ

การเกิดทัศนคติ

ครัทซ์ฟิลด์ และบาร์เลียชี (Krech, Crutchfield and Baliachy, 1948 อ้างในศศิวิมล ปานศรี) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติ อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัย ดังนี้

1. การตอบสนองของความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลก็มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจโดยการอ่าน หรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น โดยการฟังคำติชมที่ใครๆ มาบอกๆไว้ก่อนก็ได้
3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป ทัศนคติของบุคคลเกิดจากระบบค่านิยม (value System) และการตัดสินตามค่านิยม (Value Judgment) ในสังคม โดยที่กลุ่มชนแต่ละกลุ่ม มีค่านิยมและการตัดสินที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือมีความรู้สึกว่สิ่ง

ใดถูกต้องหรือไม่ถูกต้องย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ค่านิยม หรือมาตรฐานของกลุ่มหรือสังคมที่สังคมนั้นร่วมใช้ชีวิตอยู่

4. ทักษะที่มีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกของบุคคลนั้นด้วย คือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์ มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้รับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงกันข้าม คือ มักมองว่าคนคอยฉ้อฉล ทรยศหรือคิดร้ายต่างๆ ต่อตน

แหล่งของทัศนคติ

เรนซิด ไลเคิร์ต (Rensis Likert) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งนับได้ว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (learning) จากแหล่งทัศนคติ (source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้นมีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติเดิมของบุคคล ที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย แต่ถ้าทัศนคติไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย
2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะ เป็นไปทางตรงกันข้าม

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางเดียวกันก็จะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า มันคงกว่า คงที่กว่า ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปในคนละทาง

ส่วนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ (จุมพล รอดคำดี , 2532)

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจหรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งไม่มีผลต่อบุคคลทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมถูกกระทบในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร อาทิเช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติของช่องทางการสื่อสาร และคุณสมบัติของผู้รับสาร ล้วนมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้บุคคลต้องเผชิญปัญหา เหตุการณ์ต่างๆ มากมาย บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ง่าย แต่บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ยาก เพราะทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนพอสมควร แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยการรับข่าวสารที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ

ซึ่งทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี วิธีหนึ่งคือ การที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนั้นอาจจะมีสื่อบุคคล สื่อกลุ่มและสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติด้านความรู้ หรือการรับรู้ (Cognitive component) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็มีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบด้านอารมณ์ (Affective component) และส่วนประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า หากได้รับข่าวสารในระดับที่แตกต่างกันก็ย่อมทำให้มีทัศนคติ หรือแนวโน้มของพฤติกรรมมีความแตกต่างกันออกไปด้วยซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนค่านิยม

(Value) ของบุคคลแต่มาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ “สื่อ” (Media) ซึ่งอาจจะเป็นสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางในการส่ง “ข่าวสาร” (Message) ให้แก่ผู้รับข่าวสาร แต่อิทธิพลของ “ข่าวสาร” หรือ “สื่อ” จะมีมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับข่าวสารและผู้รับสารว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ระหว่างข่าวสารกับความรู้อะไรและทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้

Zimbardo , Ebberson และ Maslach (1977) กล่าวว่า “ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจกันดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้ ก็มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้น ใน การที่จะให้มีการยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งใดที่ต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะเป็นโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนี้ อาจจะมาจกบุคคลอื่น หรือมาจากอุปกรณ์สื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive component) เป็นที่เชื่อกันว่า ถ้าส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้เปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ (Affective component) และส่วนประกอบด้านการปฏิบัติ (Behavioral component) เปลี่ยนแปลงด้วย

แมคกายร์ (McGuire , 1968) ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน คือ

1. การใส่ใจ
2. ความเข้าใจ
3. การยอมรับ
4. การเก็บเอาไว้
5. การกระทำ

แมคกายร์ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ถ้ากระบวนการสื่อความหมายหรือการติดต่อข่าวสาร ทำให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแล้ว จะเกิดกระบวนการคือ การใส่ใจ ความเข้าใจ การยอมรับ การเก็บเอาไว้ และการกระทำในตัวผู้รับ การที่ขั้นตอนเหล่านี้จะเกิดในตัวบุคคลหรือไม่นั้น จะต้อง

อาศัยองค์ประกอบต่างๆ หลายประการ เช่น ความสามารถทางสติปัญญา ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษาและอื่นๆ สิ่งเหล่านี้อาจจะมีส่วนทำให้บางขั้นตอนไม่เกิดขึ้นก็ได้

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice)

ความหมายของพฤติกรรม

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่ เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ก็เนื่องมาจากการมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน เกิดขึ้นได้ก็เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สิ่งสมที่แตกต่างกัน อันจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

ปกิจ พรหมยาม (2531) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใด หรือสิ่งกระตุ้นต่างๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมาย และเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้สักตัว และไม่ว่าสิ่งมีชีวิตและบุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาช (ครอนบาช อ้างถึงใน ปกิจ พรหมยาม, 2531) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาจึงจะสามารถบรรลุดังความต้องการที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Frustration) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่และเลือกวิธีการสนองตอบใหม่ก็ได้

พฤติกรรม (Practice) การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติ เกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไปใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นมีวิธีการดังนี้ (สุรพงษ์ ไสยณะเสถียร, 2533)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotion Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นตัวในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง

2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละและความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระ ก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนที่หย่อมรับได้

3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม

4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกสินค้าอื่น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัวแปร คือความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practuce) ของผู้รับสารอันอาจจะมีผลกระทบต่อสังคมต่อไปจากการรับสารนั้นๆ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าจะขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้นๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์เป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

Rosenberg and Hovland 1960 (อ้างถึงในวรรณภู ลือวรรณ, 2543) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (behavior) เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถสังเกตเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้ หรือการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าได้เมื่อรับสารที่โน้มน้าวใจ ต่อๆ ไป

อย่างไรก็ตาม ได้มีการศึกษาของนักวิชาการหลายท่านที่ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม เช่น ซาลานิค (Salanick) และคอนเวย์ (Conway) ได้ศึกษาพบว่าความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมมีความสอดคล้องกันภายใต้สภาพการณ์ที่แตกต่างกันในขณะที่ซานน่า (Zanna) พบว่า มีความสอดคล้องระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในระดับความแตกต่างของปัจเจกบุคคล

การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่ ตามปกติมักเกิดจากทัศนคติของบุคคลผู้นั้น ทัศนคติจึงเป็นเสมือนทางเลือกของพฤติกรรมคือ เป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล พฤติ

กรรมส่วนใหญ่ของคนถูกควบคุมด้วยทัศนคติของเขา ถ้าเราต้องการพยากรณ์ และควบคุมพฤติกรรมของคน เราต้องศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ” อย่างกว้างขวางลึกซึ้ง

แนนซี ซวาทซ์ (Nancy E. Schwartz , อ้างในวรนาฏ ลีอรรณ , 2543) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้น ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่องความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่น่าสนใจอีกอันหนึ่ง คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) ซึ่งกล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้ง 3 อย่างนี้มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้นในการจะให้มีการยอมรับปฏิบัติสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อนโดยให้ความรู้

ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ

โรเจอร์ส (Rogers,1971 อ้างในสุวรรณี โพธิศรี,2535) เรียกว่า ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP-GAP และได้อธิบายว่า ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติ ในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว จะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP-GAP ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุปก็คือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติเช่นไรจะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่นั่นเอง คือ K(Knowledge) A (Attitude) P(Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปในทุกกรณี

ในการเปิดรับช่องว่างของความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ KAP-GAP นี้โรเจอร์ส (Rogers, 1983) ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 ประการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้ หรือวิธีการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่นๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวโดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนฝูงเพื่อนำใจสมาชิก ให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

จากแนวความคิดข้างต้นที่เชื่อว่าเมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารก็จะเกิดความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้น และมีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องนั้นตามมา และในที่สุดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเรื่องนั้น แต่ต่อมามีแนวคิดแตกต่างออกมาหลายแนวทาง สินีนาฏ กำเนิดเพชร (2539) ระบุว่ารูปแบบการสื่อสารของกระบวนการยอมรับ นวัตกรรมอาจมีหลักการแนวความคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

แนวทาง KAP (Knowledge-Attitude-Practice) หมายถึง การมุ่งเปลี่ยนแปลงความรู้ เพื่อให้เกิดทัศนคติ นำไปสู่วิธีปฏิบัติ เช่น การบรรยายการจัดอบรม การสอนงาน นำไปสู่การอธิบาย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่ต้องการ

แนวทาง PAK หมายถึง การลงมือปฏิบัติ โดยการสาธิตทำให้อุ เพื่อให้เกิดทัศนคติ ซึ่งรับความรู้โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อให้เกิดการยอมรับ เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการ การดูงานสาธิต การทัศนศึกษา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการยอมรับ และจากการอธิบายกัน ทำให้ได้ความรู้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

แนวทาง AKUS (attitude-Knowledge-Understand-Skill) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยการให้ข่าวสาร ข้อมูล และความรู้ทางเทคนิค เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ ให้เกิดความเข้าใจ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ จนเกิดทักษะจากการปฏิบัติจริง เช่น การอธิบายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความคิดเห็นร่วมกันของกลุ่มในเรื่องนั้นๆ โดยการให้ข่าวสารข้อมูลและรู้เพื่อนำไปปฏิบัติ ทำให้เกิดความเข้าใจ ได้อย่างถูกต้อง และนำไปปฏิบัติจนเกิดทักษะ

แนวทาง MAK (Means – Attitude – Knowledge) หมายถึง การจัดหาปัจจัยประกอบและวิธีการที่จะได้มาในสิ่งที่ต้องการ โดยการให้ความรู้ทางทฤษฎี การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา เพื่อให้เกิดการจูงใจให้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ด้วยการอภิปรายแลกเปลี่ยนความรู้ นำไปสู่การปฏิบัติต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับน้ำและแนวทางการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

น้ำ เป็น สารประกอบระหว่างไฮโดรเจนกับออกซิเจน (H_2O) น้ำเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีการหมุนเวียนเคลื่อนที่จากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง และเปลี่ยนแปลงสถานะหนึ่งไปเป็นอีกสถานะหนึ่ง เช่น ของแข็ง ของเหลว และเป็นไอน้ำ เป็นต้น

นิวัติ เรืองพานิช (นิวัติ เรืองพานิช, 2542) กล่าวว่า ทรัพยากรน้ำนับเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ มนุษย์เคยเข้าใจและคิดว่าน้ำเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและมีอยู่มากมาย รวมทั้งน้ำนั้นจะต้องเพียงพอแก่ความต้องการของมนุษย์เสมอ แต่ในความจริง ปัญหาขาดแคลนน้ำยังคงเกิดขึ้นอยู่ทุกหนทุกแห่ง และนับวันมีแต่จะมากขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นเมืองใหญ่ๆ ที่มีชุมชนหนาแน่น หรือพื้นที่ชนบทต่างก็มีปัญหาเรื่องน้ำด้วยกันทั้งสิ้น

ในอนาคตอันใกล้นี้ สถานการณ์ทรัพยากรน้ำอาจเกิดปัญหาใหญ่ถึงขั้นวิกฤต โดยเฉพาะด้านการขาดแคลนน้ำ (คู่มืออาหาร 2, 2546) เนื่องจาก

- แนวโน้มที่จะเกิดภัยแล้งมากขึ้น
- พื้นที่ต้นน้ำลดลง เนื่องจากป่าไม้และสัตว์ป่าลดลง
- คุณภาพของแหล่งน้ำในพื้นที่ต่างๆ ลดลง
- มีการใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือยในกิจกรรมต่างๆ อันได้แก่ เกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การใช้น้ำในครัวเรือน และภาคธุรกิจบริการต่างๆ

แนวทางการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

สำหรับวิธีการแก้ปัญหาการขาดแคลนนํ้านั้น ไม่ใช่เพียงจัดหาแหล่งน้ำด้วยการปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ จากพื้นที่ป่าเป็นพื้นที่รองรับน้ำ แต่จำเป็นต้องพิจารณหาแนวทางอื่นๆ ร่วมด้วย เพื่อให้ปริมาณน้ำที่มีอยู่อย่างจำกัดสามารถตอบสนององกิจกรรมในด้านต่างๆ ที่

ขยายตัวอย่างรวดเร็วได้ โดยแบ่งวิธีการแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำออกเป็น 3 ประเภท (ทวิ ทองสว่าง, 2523) ได้แก่

1. พัฒนาระบบบำบัดน้ำธรรมชาติที่มีอยู่บนดินและใต้ดิน ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการจัดการชลประทาน การจุดเจาะน้ำบาดาล ฯลฯ
2. ใช้กลไกวิธีสมัยใหม่ในการจัดหาน้ำเพิ่มขึ้น เช่นทำฝนเทียม กลั่นน้ำทะเลให้เป็นน้ำจืด
3. ประหยัดการใช้น้ำในกิจกรรมต่างๆ ให้ลดน้อยลง หรือหมุนเวียนน้ำโดยนำน้ำที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น

สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมได้กล่าวถึงแนวทางการใช้น้ำไว้ (คู่มืออาหาร 2 2546: 15-25) ดังนี้

1. **การป้องกันและแก้ไขการรั่วไหล** ซึ่งการรั่วไหลและการสูญเสียเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของการจัดการน้ำ ดังนั้นจึงควรป้องกันและแก้ไขการรั่วไหลของน้ำ นับแต่ตั้งแต่
 - การตกของฝนบนพื้นที่ต้นน้ำลำธาร กล่าวคือ ถ้าพื้นที่ต้นน้ำลำธารมีพืชพรรณปกคลุมอย่างหนาแน่นและอุดมสมบูรณ์ ฝนที่ตกลงมาจะถูกชะลอความเร็วลงและมีการซับซับลงสู่ผิวดินได้อย่างต่อเนื่องเป็นปริมาณมากกว่าพื้นที่ที่แห้งแล้ง
 - การสูญเสียน้ำในลำน้ำ สำหรับการกักเก็บน้ำในลำน้ำด้วยสิ่งก่อสร้างทั้งเหนือฝาย เขื่อน จะมีการสูญเสียน้ำจากการระเหยของน้ำ ถ้าพื้นที่รับน้ำของอ่างเก็บน้ำมีปริมาณกว้างและตื้น จะมีการระเหยของน้ำมากกว่าอ่างเก็บน้ำที่ลึกและแคบ ดังนั้นจึงควรหลีกเลี่ยงการสร้างอ่างเก็บน้ำที่กว้างและตื้น
 - การจัดส่งน้ำในเครือข่ายชลประทาน คลองส่งน้ำที่มีการบำรุงรักษาอย่างดีจะช่วยลดการสูญเสียน้ำได้ รวมทั้งการจ่ายน้ำด้วยท่อจะลดการสูญเสียน้ำจากการระเหย และมีซับซับตามคลองส่งน้ำได้มากกว่าร้อยละ 50 ทำให้ปริมาณน้ำที่ไหลออกจากต้นทางหรือแหล่งน้ำไปถึงผู้ใช้น้ำในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน
 - การสูญเสียน้ำในบ้าน หรือ สถานที่ประกอบการ เนื่องจาก ความเสื่อมหรือ การขาดการบำรุงรักษาอุปกรณ์เกี่ยวกับน้ำ เช่น อุปกรณ์ส่งและจ่ายน้ำ ช็องอ ตัวเก็บน้ำของสุขภัณฑ์ ดังเก็บน้ำในบ้านหรืออาคาร เป็นต้น รวมทั้ง อาจเกิดจากการเลือกอุปกรณ์ที่ไม่มีคุณภาพไม่เหมาะสมกับการใช้งาน ทำให้เกิดการสูญเสียน้ำไปโดยไม่มีการใช้ประโยชน์

2. ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้น้ำที่สิ้นเปลือง นอกจากการสูญเสียน้ำจากการรั่วไหลโดยไม่ตั้งใจหรือโดยประมาทแล้ว การใช้น้ำอย่างฉลาดทำได้ด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การใช้น้ำอย่างเหมาะสม เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำในครัวเรือน ธุรกิจอุตสาหกรรม พฤติกรรมที่มีการใช้น้ำอย่างไม่มีประสิทธิภาพ คือ การใช้น้ำที่มากเกินไปจนความจำเป็นในการทำกิจกรรมต่างๆ พฤติกรรมการใช้น้ำที่ผิดนี้เกิดจากความเข้าใจและความเชื่อที่ไม่ถูกต้อง เช่น เข้าใจว่าการสูญเสียน้ำเพียงชั่วเวลาสั้นๆจะไม่ทำให้เกิดความเสียหายใดๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้น้ำที่มีการสูญเสียน้ำมาก เช่น การแปรงฟัน การล้างหน้า ที่มีการปล่อยให้มีการไหลของน้ำอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

3. เลือกใช้เทคโนโลยีประหยัดน้ำ การแยกมาตรวัดน้ำ และการลดการปนเปื้อน การเลือกใช้เทคโนโลยีประหยัดน้ำจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถลดปริมาณน้ำที่ใช้ได้ ยกตัวอย่างเช่น สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ จากสุขภัณฑ์ทั่วไปที่ใช้น้ำตั้งแต่ 15-22 ลิตร ต่อการกดแต่ละครั้งปัจจุบันผู้ผลิตสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำสามารถผลิตสุขภัณฑ์ที่ใช้น้ำในแต่ละครั้งของการกดเพียง 3.75-6 ลิตร เท่านั้น ซึ่งจะช่วยลดการใช้น้ำได้มากถึง 9-18.25 ลิตร ถ้ามีการเปลี่ยนสุขภัณฑ์ดังกล่าวเฉพาะในครัวเรือน 6 ล้านหน่วย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จะลดปริมาณการใช้น้ำได้มากถึงปีละ 315 ล้านลูกบาศก์เมตร สำหรับเทคโนโลยีการประหยัดน้ำมีหลายประเภท เช่น อุปกรณ์ประหยัดน้ำ(ก๊อกน้ำ อุปกรณ์ประกอบ) อุปกรณ์ให้น้ำแบบหยด ถังเก็บกักน้ำ ส่วนการแยกมาตรวัดน้ำ จะมีส่วนช่วยในการติดตามการเปลี่ยนแปลงปริมาณการใช้น้ำ และทำให้การบริหารและการจัดการน้ำมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น อีกทั้ง การลดการปนเปื้อนของน้ำ เป็นการลดและหลีกเลี่ยงการใช้น้ำเป็นที่รองรับสิ่งปฏิกูลทุกชนิด

แนวทางการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในสถานที่พักอาศัย

ตามมาตรฐานขั้นต่ำของความต้องการใช้น้ำของคนไทย 1 คน มีความต้องการใช้น้ำเพื่อตอบสนองความต้องการของร่างกาย วันละ 2 ลิตร น้ำอีกประมาณ 45-50 ลิตรจะถูกใช้เพื่อทำความสะอาดร่างกาย พื้นผิวอาคารและชำระล้างสิ่งของต่างๆ ทั้งในบ้านและนอกบ้าน

เนื่องจากคนไทยที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองมีอัตราการใช้น้ำสูงถึง 250 ลิตรต่อคนต่อวัน ค่าเฉลี่ยการใช้น้ำของคนไทย 1 คน จึงสูงถึง 200ลิตร ต่อวัน ดังนั้น สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมจึงเสนอแนวคิดเกี่ยวกับแนวทางในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าสำหรับบ้านเรือน ไว้ดังนี้

1. การใช้น้ำในห้องน้ำอย่างรู้คุณค่า

สุขภัณฑ์ กดชักโครกสุขภัณฑ์รุ่นธรรมดา 1 ครั้ง จะสิ้นเปลืองน้ำตั้งแต่ 15-22 ลิตรแล้วแต่ชนิดและรุ่นของชักโครก ในขณะที่สุขภัณฑ์ชนิดที่ใช้น้ำราดจะใช้น้ำเพียง 2 ลิตร และสุขภัณฑ์รุ่นประหยัดน้ำจะใช้น้ำเพียง 4-6 ลิตรเท่านั้น อย่างไรก็ตาม หากที่การรั่วไหลของน้ำในถังพักน้ำของชักโครก จะทำให้สูญเสียปริมาณน้ำปริมาณมาก ดังนั้นผู้ใช้ควร

- หลีกเลี่ยงการใช้สุขภัณฑ์เป็นที่ทิ้งขยะหรือของเสีย
- กดชักโครกหลักจากการใช้แล้วเท่านั้น
- ใช้สุขภัณฑ์ชนิดน้ำราด หรือ รุ่นประหยัดน้ำ จะสามารถประหยัดน้ำได้มากกว่า

2. การใช้น้ำในอาบน้ำอย่างรู้คุณค่า

อาบน้ำฝักบัว 1 ครั้ง ใช้น้ำเฉลี่ย 20 ลิตรต่อคน แต่ถ้าอาบในอ่างจะใช้น้ำครั้งละ 110 ลิตร นอกจากนี้ การอาบน้ำอุ่น จะทำให้สิ้นเปลืองพลังงานไฟฟ้าอีกด้วย ดังนั้นผู้ใช้ควร

- ปิดฝักบัวหรือก๊อกน้ำทุกครั้งขณะที่ฟอกสบู่ถูตัวหรือสระผม มิฉะนั้นแล้วจะสิ้นเปลืองน้ำประมาณ 90 ลิตรต่อการอาบ 1 ครั้ง
- ใช้ภาชนะรองรับน้ำเย็นที่มักถูกเปิดทิ้ง 10-20 วินาที ก่อนที่น้ำจะอุ่น (กรณีใช้เครื่องทำน้ำร้อน)
- การใช้ฝักบัวรุ่นประหยัดน้ำจะสามารถลดปริมาณการใช้น้ำในการอาบน้ำได้มากถึง 50% และลดการใช้พลังงานลงด้วย
- การติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมการไหลของน้ำมิให้มากกว่า 5 ลิตรต่อนาที จะช่วยลดการใช้น้ำในการอาบน้ำฝักบัวได้มาก

3. การใช้น้ำจากก๊อกน้ำอย่างรู้คุณค่า

- ตรวจสอบรอยรั่วของก๊อกน้ำหรือฝักบัว และซ่อมทันที
- โดยเฉลี่ยก๊อกน้ำจะมีอัตราการไหล 9 ลิตรต่อนาที การเปิดก๊อกน้ำขณะที่ไม่มีการใช้น้ำ เช่น การแปรงฟัน ฟอกสบู่ หรือปล่อยให้ น้ำล้นอ่างหรือถังน้ำ หมายถึงการสูญเสีย
- การปิดก๊อกน้ำไม่สนิทหรือก๊อกน้ำที่มีข้อต่อหลวมจะทำให้มีการสูญเสียน้ำถึงวันละ 60 ลิตร

4. การใช้น้ำในครัวอย่างรู้คุณค่า

- ใช้ภาชนะรองรับน้ำในการล้างจาน ถ้วยชามผักผลไม้ จะช่วยประหยัดน้ำได้มากกว่าการล้างด้วยน้ำที่ไหลตลอดเวลา

- กวาดเศษอาหารออกจากภาชนะทุกชิ้นก่อนล้าง
- ใช้น้ำล้างจานรดต้นไม้หรือสนามหญ้าเพื่อลดการใช้น้ำประปารดต้นไม้
- เตรียมอาหารพอประมาณ เพื่อลดภาระในการล้าง
- รับประทานอาหารพร้อมกัน เพื่อหลีกเลี่ยงการชำระล้างภาชนะหลายครั้ง

5. การใช้น้ำในการซักผ้าอย่างรู้คุณค่า

- หลีกเลี่ยงการซักผ้าครั้งละน้อยๆ
- แขนผ้าพร้อมผงซักฟอกก่อนทำการซักประมาณ 20-30 นาที
- ซักผ้าในปริมาณที่สอดคล้องกับขีดความสามารถของเครื่อง และใช้เครื่องซักผ้าที่มีแกนหมุนในแนวนอนแทนพร้อมทั้งเลือกใช้เครื่องซักผ้าที่มีระบบการซักด้วยน้ำเย็น
- ใช้น้ำจากการซักผ้าล้างพื้นผิวอาคาร รดต้นไม้หรือสนามหญ้า

6. การใช้น้ำในการรดน้ำต้นไม้อย่างรู้คุณค่า

- รดพื้นที่ปลูกหญ้าและเลือกปลูกพืชทนแล้ง
- พรวนดินและเพิ่มสารอินทรีย์ในดินจะช่วยให้ดินสามารถเก็บกักน้ำได้ดีขึ้น
- หาเศษไม้ กิ่งไม้ หรือใบไม้มาคลุมบริเวณโคนต้นไม้ และหลีกเลี่ยงการให้น้ำพืชในเวลากลางวันและบ่าย โดยเฉพาะช่วงฤดูร้อน
- ใช้ท่อหยดที่มีอุปกรณ์ควบคุมการปล่อยน้ำรดต้นไม้ และใช้ชลประทานน้ำหยดแทนการใช้สปริงเกอร์

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

นฤมล โรหิตจันทร์ (2534) ศึกษาถึงประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทั้งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ และสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการนั้น ต่างมีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น การที่จะให้ประชาชนเกิดความรู้และทัศนคติที่ดีต่อโครงการและสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการนั้น จะต้องให้ประชาชนมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มากเพียงพอที่จะทำให้เกิดการรับรู้ และจดจำได้

ไพลิน ศศิธนากรแก้ว (2536) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับคุณภาพแหล่งน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

พระนันท์ บุรณะโสภณ (2537) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคคลที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่างกันจะมีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับสารจากสื่อ ทั้ง สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แต่ไม่พบความแตกต่างทางด้านพฤติกรรมการเปิดรับสารในผู้มีการศึกษาและอาชีพต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน ประเภทวิทยุ และนิตยสาร และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทการจัดนิทรรศการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

อุทัยวรรณ โกลลวัฒน์ (2539) ศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ พบว่า พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียในระดับปานกลาง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย สำหรับความรู้ในเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย แต่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียระดับปานกลาง ส่วนทัศนคติในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย

ดานินทร์ กิจนิตี (2540) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังการสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ โทรไปสเตอร์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน

และพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรอนุรักษ์พลังงาน

ฐิติธนา แสงอร่าม (2542) ศึกษา เรื่องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปา ตี๋มได้” ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำตี๋มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปา ตี๋มได้” อยู่ในระดับต่ำมาก มีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาตี๋มได้อยู่ในระดับต่ำ มีทัศนคติเป็นกลางต่อการบริโภคน้ำประปา และมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปำน้อยมาก ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาตี๋มได้” ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปา ตี๋มได้ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาตี๋มได้” จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาตี๋มได้” จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำตี๋ม นอกจากนี้ ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาตี๋มได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำตี๋ม ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำตี๋ม ส่วนตัวแปรที่สำคัญที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำตี๋มได้มากที่สุด คือ ทัศนคติ

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์ (2542) ศึกษา เรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักวิชาความสะอาด กรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักและพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ และความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ

สำนักอนามัยสิ่งแวดลอม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2542) ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างประหยัดในครัวเรือนของแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แม่บ้านที่ได้รับข่าวสารมาก มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างประหยัดมากที่สุด แม่บ้านที่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างประหยัดปานกลาง เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างประหยัดมากที่สุด และแม่บ้านที่มีทัศนคติเห็นด้วยต่อการใช้น้ำอย่างประหยัดมากจะมีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างประหยัดมากที่สุด

สำนักอนามัยสิ่งแวดลอม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2542) ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างประหยัด ภายในครัวเรือนของแม่บ้าน ในเขตเทศบาลเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง พบว่า แม่บ้านที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ

ใช้น้ำอย่างประหยัดมาก มีแนวโน้มที่จะมีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างประหยัดดีกว่าแม่บ้านที่ได้รับข้อมูลข่าวสารน้อย แม่บ้านที่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างประหยัดและมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการใช้น้ำอย่างประหยัด จะมีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างประหยัดมากกว่ากลุ่มแม่บ้านที่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างประหยัดน้อย และมีทัศนคติในเชิงลบต่อการใช้น้ำอย่างประหยัด

วรนาฏ ลีวรรณ (2543) ได้ทำการศึกษา เรื่องประสิทธิผลโครงการห้องเรียนสีเขียวของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในสังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้าจากสื่อ โทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ เอกสารแจก สื่อบุคคล เช่น พ่อ แม่ ครู เพื่อน ตามลำดับ นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการห้องเรียนสีเขียว กับนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมในโครงการห้องเรียนสีเขียวมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานไฟฟ้าและประหยัดไฟฟ้า ทักษะต่อการประหยัดไฟแตกต่างกัน แต่มีพฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน ตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้าของนักเรียน ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ และทัศนคติต่อการประหยัดไฟ ตามลำดับ

สรุปงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และก่อให้เกิดพฤติกรรมที่คาดหวังของประชากรกลุ่มเป้าหมาย แต่ในงานวิจัยบางชิ้นก็พบว่ามีข้อแตกต่างกล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของบุคคล นอกจากนี้งานวิจัยข้างต้นยังพบว่าตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมได้มากที่สุด นั่นคือ ทัศนคติ และการเปิดรับข่าวสาร

งานวิจัยในต่างประเทศ

แคลปเปอร์ (Klapper , 1960) ได้ทำการศึกษาและสรุปงานวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนนั้น ไม่ใช่สาเหตุสำคัญเพียงประการเดียวที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร และทำหน้าที่ร่วมกันหรือมีปัจจัย อิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่นๆ มากกว่า และประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่างๆ ของการสื่อสาร แหล่งสาร หรือสถานการณ์ต่างๆของการสื่อสารด้วย

วินสตัน (Winston, 1973) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ด้านความตระหนักของนักเรียนมัธยมในชิคาโก ต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนยอมรับ และมีความรู้ความเข้าใจในสิ่งแวดล้อม และจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ ระหว่างความห่วงใยในปัญหา กับความตระหนัก และการปฏิบัติจริงในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ชิตวูด (Chitwood, 1977) ทำการวิจัยเกี่ยวกับความรู้และเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมของผู้เข้าค่ายอนุรักษ์สำหรับเยาวชน 4 ค่าย เพื่อศึกษาความรู้ และเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่หลังจากจบการเข้าค่ายแล้ว ซึ่งผลที่ได้พบว่ามีเปลี่ยนแปลงทั้งความรู้ และเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดีขึ้น คะแนนวัดจากแบบวัดความรู้มีความสัมพันธ์กับคะแนนแบบวัดเจตคติ ความแตกต่างของคะแนนระหว่างเพศหญิงมีค่าน้อย เพศชายมีการเปลี่ยนแปลงของคะแนนด้านความรู้มากกว่า และเพศหญิงมีการเปลี่ยนแปลงเจตคติไปในทางที่ดีขึ้นมากกว่าเพศชาย

ริชมอนด์ (Richmond, 1977) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมของนักเรียนชั้น ม.5 ในประเทศอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมค่อนข้างต่ำ แต่เข้าใจโดยสังเขปเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมกว้างขวางพอสมควร มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปเป็นไปในทางบวก แต่ถ้ามีเรื่องของความรับผิดชอบหรือเสียสละเป็นภาระด้วยก็จะเป็นไปในทางลบ นักเรียนชายมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากกว่านักเรียนหญิง และในการหาค่าสหสัมพันธ์นั้นความคิดรวบยอดกับทัศนคติของเด็กมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์สูง

วินเคล การ์ (Winkel Gary H.,1988) ทำการศึกษา ทัศนคติ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของเจ้าของบ้านในเกาะสเตเทน เมืองนิวยอร์ก ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน และทัศนคติมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน ทัศนคติจะเป็นตัวทำนายการมีพฤติกรรมในการอนุรักษ์พลังงาน

คุก คาโรแลน (Cook Carolann, 1996) พบว่า การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานในครอบครัวที่เมืองเวอร์จิเนียตะวันตกจำนวน 421 ครอบครัว พบว่าครอบครัวเดียวที่มีการศึกษาสูงและระดับรายได้สูงมีอาชีพที่มั่นคง ส่วนใหญ่จะมีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานอยู่แล้ว ผู้ที่

เป็นเจ้าของบ้านจะมีการอนุรักษ์พลังงานเป็นขั้นเป็นตอนมากกว่าผู้ที่อยู่บ้านเช่า และพบว่าความรู้และความตระหนักมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน

นาดี (Nady Ann, 1996) พบว่า จากการประเมินทัศนคติของนักเรียนหลังจากให้ความรู้เรื่องการอนุรักษ์พลังงาน วัตถุประสงค์ความสำเร็จในการให้ความรู้ มีผลทำให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานเพิ่มขึ้น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ” ของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานที่มีต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อให้ทราบถึงผลจากการเข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนให้เพิ่มขึ้นหรือไม่ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One Shot Descriptive Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำภายใต้โครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่ศึกษาในโรงเรียนเข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ดังนั้น จึงกำหนดกลุ่มประชากรเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มนักเรียนที่ทางโรงเรียนเข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” โดยมีรายชื่อโรงเรียนที่เข้าร่วมดังนี้

1. โรงเรียนเซนต์ฟรังซิสเซเวียร์
2. โรงเรียนช่างตาครู้สคอนแวนท์
3. โรงเรียนทิวไผ่งาม
4. โรงเรียนสีกัน “วัฒนานันท์อุปถัมภ์

และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มนักเรียนที่ทางโรงเรียนไม่ได้เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเภทสามัญศึกษาของโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (โรงเรียนรัฐบาล) จำนวน 116 โรงเรียน มีจำนวนนักเรียน 272,948 คน (แหล่งที่มา : <http://www.ge.go.th>, 2545)

และโรงเรียนในการควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (โรงเรียนเอกชน) จำนวน 179 โรงเรียน มีจำนวนนักเรียน 52,874 คน (แหล่งที่มา : [http:// www.opec.go.th](http://www.opec.go.th) , 2545) สาเหตุที่กำหนดกลุ่มประชากรกลุ่มที่ 2 ให้มีทั้งโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน เนื่องจากต้องการให้ไม่มีความแตกต่างในเรื่องลักษณะประชากรของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยการเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์ : 2543,24) จากประชากรที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาในสังกัดของกรมสามัญศึกษา และโรงเรียนในการควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีทั้งหมด 295 โรงเรียน โดยมีนักเรียนทั้งสิ้น 325,822 คน ผู้วิจัยต้องการความเชื่อมั่นในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 95% และระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% เมื่อเทียบกับจำนวนประชากร 325,822 คน จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่ควรต่ำกว่า 400 คน ซึ่งผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 400 คน โดยแบ่งเก็บข้อมูลของกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนเข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ไม่น้อยกว่า 200 คน และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ไม่น้อยกว่า 200 คน โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ใช้วิธีสุ่มแบบธรรมดา (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลาก ซึ่งมีวิธีการดังนี้
 - 1) สุ่มโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มาจำนวน 2 โรงเรียน จาก โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 4 โรงเรียน ดังนี้
 - โรงเรียนเซนต์ฟรังซิสเซเวียร์
 - โรงเรียนสีกัน “วัฒนานันท์อุปถัมภ์
 - 2) สุ่มโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มาจำนวน 4 โรงเรียนจากทั้งหมด 295 โรงเรียน ดังนี้
 - โรงเรียนเบญจมราชาลัย
 - โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย
 - โรงเรียนเซนต์โยเซฟคอนเวนต์
 - โรงเรียนเซนต์ดอมินิก

2. ใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้เท่าๆกัน คือ โรงเรียนละไม่ต่ำกว่า 100 คน สำหรับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และไม่ต่ำกว่าโรงเรียน 50 คน สำหรับโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ดังนี้

จำนวนนักเรียน/กลุ่มตัวอย่าง โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จำแนกตามชั้น

จำนวนนักเรียน	โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ		รวม
	โรงเรียนเซนต์ฟรังซิสเซเวียร์	โรงเรียนสีกัน “วัฒนานันท์ อูปถัมภ์	
ม .4	127	343	470
ม. 5	149	370	519
ม. 6	126	335	461
รวม	402	1,048	1,450
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง			
ม .4	36	36	72
ม. 5	36	36	72
ม. 6	36	36	72
รวม	108	108	216

จำนวนนักเรียน/กลุ่มตัวอย่าง โรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”
จำแนกตามชั้น

จำนวนนักเรียน	โรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการ				รวม
	ร.ร.เบญจมา ราชาลัย	สวนกุหลาบ	ร.ร.เซนต์โย เซฟคอน แวนท์	ร.ร.เซนต์ ดอมินิก	
ม .4	430	835	378	103	1,746
ม. 5	380	754	386	110	1,630
ม. 6	427	839	298	105	1,669
รวม	1,237	2,428	1062	318	5,045
จำนวนกลุ่มตัว อย่าง					
ม .4	18	18	18	18	72
ม. 5	18	18	18	18	72
ม. 6	18	18	18	18	72
รวม	54	54	54	54	216

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรในการวิจัยแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ“น้ำहार2 ใช้น้ำ
อย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครง
การ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มีความรู้ ทักษะ และพฤติ
กรรมการประหยัดไฟฟ้าแตกต่างกัน

- 1.1 ตัวแปรอิสระ – การเข้าร่วมและไม่ได้เข้าร่วมโครงการน้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
ตัวแปรตาม - ความรู้ในเรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
- 1.2 ตัวแปรอิสระ – การเข้าร่วมและไม่ได้เข้าร่วมโครงการน้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
ตัวแปรตาม - ทักษะคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
- 1.3 ตัวแปรอิสระ – การเข้าร่วมและไม่ได้เข้าร่วมโครงการน้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
ตัวแปรตาม - พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ

- 2.1 ตัวแปรอิสระ – การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”
ตัวแปรตาม - พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
- 2.2 ตัวแปรอิสระ – ความรู้ในเรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
ตัวแปรตาม - พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
- 2.3 ตัวแปรอิสระ – ทักษะคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
ตัวแปรตาม - พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

- ตัวแปรอิสระ – การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”
ความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และค่าทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
- ตัวแปรตาม - พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการค้นคว้าแนวความคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่ใกล้เคียงที่เคยมีผู้วิจัยมาก่อน เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุด รวมทั้งจากคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา แบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามเป็น 5 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ สถานศึกษา ระดับชั้นที่ศึกษา แผนการศึกษา
- ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จากสื่อมวลชน สื่อกิจกรรม และสื่อเฉพาะกิจที่โครงการได้เผยแพร่
- ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความรู้ในเรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
- ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
- ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปปรึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา โดยขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา และสื่อความหมายได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด
2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบหาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (Pre-Test) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบ

ความสามารถในการสื่อความหมายของคำถามให้ตรงกับความต้องการของผู้วิจัย และความยากง่ายของคำถาม และนำมาทดสอบหาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) ในการทดสอบข้อคำถามในส่วนของการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคนคิด และพฤติกรรม โดยใช้เกณฑ์ว่า ถ้าค่าอัลฟาเกิน 0.8 จะถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ในเกณฑ์ดีเป็นที่ยอมรับ ดังนี้

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

เมื่อ	α	คือ	ความเชื่อถือได้
	k	คือ	จำนวนข้อ
	V_i	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ส่วนการทดสอบหาความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามในส่วนของคุณรู้ ผู้วิจัยทดสอบโดยใช้สูตร KR21 ของ Kuder Richardson's (วิเชียร เกตุสิงห์, 2532) หากค่า KR เกิน 0.8 จะถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ในเกณฑ์ดีเป็นที่ยอมรับ ดังนี้

$$KR = r_{tt} = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{x(k - \bar{x})}{ks^2} \right\}$$

เมื่อ	\bar{x}	=	คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งฉบับ
	s^2	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ
	k	=	จำนวนข้อของแบบสอบถาม

ผลที่ได้จากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเป็นดังนี้

ส่วนของแบบสอบถาม	ค่าความเชื่อถือได้
การเปิดรับข่าวสารของโครงการ	0.8754
ความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	0.9032
ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	0.8891
พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	0.8425

ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังกล่าว พบว่า ในส่วนของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า นั้น ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ดี คือ มีระดับค่าความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient) สูงเท่า 0.8 จึงสามารถนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลได้

เกณฑ์ในการให้คะแนน

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนและกำหนดมาตรฐานในการวัดตัวแปร ในแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ได้มาจากการวัดถี่หรือความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล จำนวน 15 ข้อ โดยมีระดับการวัดดังนี้

- ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อเรื่องข่าวสารเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

บ่อยมาก (มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน)	5	คะแนน
บ่อย (3-4 ครั้งต่อเดือน)	4	คะแนน
ปานกลาง (1-2 ครั้งต่อเดือน)	3	คะแนน
น้อยมาก (น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน)	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

หลังจากได้ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารแล้ว จะมีการแปลความหมาย โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความ ดังนี้

- ◆ 4.01 – 5.00 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารบ่อย
- ◆ 3.01 – 4.00 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารปานกลาง
- ◆ 2.01 – 3.00 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารน้อย
- ◆ 1.00 – 2.00 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารน้อยมาก

2. ความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

การวัดการรับรู้ และความรู้ในข้อมูลข่าวสารเรื่องการใช้งานน้ำอย่างรู้คุณค่าที่เสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ มีลักษณะคำถามให้เลือกตอบ โดยมีคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว โดยมีคำถามทั้งหมด 15 ข้อ กำหนดให้คะแนนผู้ที่ตอบถูกเป็น 1 คะแนน และผู้ที่ตอบผิดเป็น 0 คะแนน ดังนั้น จะมีคะแนนระหว่าง 0- 15 คะแนน แล้วนำผลที่ได้มากำหนดระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เป็น 3 ระดับ ดังนี้

- ◆ คะแนนระหว่าง 0-5 มีความรู้ในระดับต่ำ
- ◆ คะแนนระหว่าง 6-10 มีความรู้ในระดับปานกลาง
- ◆ คะแนนระหว่าง 11-15 มีความรู้ในระดับสูง

และมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

- ◆ คะแนนระหว่าง 0-5.00 มีความรู้ในระดับต่ำ
- ◆ คะแนนระหว่าง 5.01-10.00 มีความรู้ในระดับปานกลาง
- ◆ คะแนนระหว่าง 10.01-15.00 มีความรู้ในระดับสูง

3.ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

การวัดทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า วัดจากการแสดงความรู้สึก และความเชื่อมั่นของนักเรียนที่มีต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า โดยใช้คำถามทั้งหมด 10 ข้อ การวัดตัวแปร ใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale ซึ่งมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ กำหนดให้ผู้ตอบเลือกได้ 5 ตัวเลือก คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่แน่ใจ เห็นด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยให้คะแนนดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่แน่ใจ	3	3
เห็นด้วย	4	2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1

แล้วนำมากำหนดคะแนนเพื่อแปลความหมายในเรื่องทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ดังนี้

- ◆ คะแนนระหว่าง 1.00-1.49 ทัศนคติเชิงลบมาก
- ◆ คะแนนระหว่าง 1.50-2.49 ทัศนคติเชิงลบ
- ◆ คะแนนระหว่าง 2.50-3.49 ทัศนคติเป็นกลาง
- ◆ คะแนนระหว่าง 3.50-4.49 ทัศนคติเชิงบวก
- ◆ คะแนนระหว่าง 4.50-5.00 ทัศนคติเชิงบวกมาก

4. พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

การวัดพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า วัดจากนิสัยการใช้น้ำ โดยใช้คำถามทั้งหมด 15 ข้อ ที่มีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ตามแบบของ Likert Scale กำหนดให้ผู้ตอบเลือกคำตอบได้ 5 ตัวเลือก คือ ป่วยที่สุด ป่วย เป็นบางครั้ง น้อย ไม่ปฏิบัติเลย โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ
ป่วยที่สุด	5	1

บ่อย	4	2
เป็นบางครั้ง	3	3
น้อย	2	4
ไม่ปฏิบัติเลย	1	5

เกณฑ์การประเมินค่าระดับพฤติกรรม เป็นคะแนนโดยรวมจากแบบสอบถามทั้งฉบับ รวม 14 ข้อ โดยจะมีคะแนนเฉลี่ยเต็ม 5 คะแนน โดยเกณฑ์การพิจารณาเป็นดังนี้

- ◆ คะแนนระหว่าง 1.00-1.49 มีพฤติกรรมกรใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับที่น้อยที่สุด
- ◆ คะแนนระหว่าง 1.50-2.49 มีพฤติกรรมกรใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับที่น้อย
- ◆ คะแนนระหว่าง 2.50-3.49 มีพฤติกรรมกรใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับปานกลาง
- ◆ คะแนนระหว่าง 3.50-4.49 มีพฤติกรรมกรใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับที่มาก
- ◆ คะแนนระหว่าง 4.50-5.00 มีพฤติกรรมกรใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับที่มากที่สุด

เกณฑ์การประเมินระดับความสัมพันธ์ (ค่าสหสัมพันธ์)

การวิเคราะห์ข้อมูลในการหาระดับความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะพิจารณาโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ค่าสหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0 – .20	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก
ค่าสหสัมพันธ์ ตั้งแต่ .21 - .40	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ค่าสหสัมพันธ์ ตั้งแต่ .41 - .60	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์ ตั้งแต่ .61 - .80	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
ค่าสหสัมพันธ์ มากกว่า .80	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

1. แบบวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive) โดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลโดยตาราง เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้
 - a. ข้อมูลลักษณะทางประชากร
 - b. การเปิดรับข่าวสารของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ
 - c. ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ

2. แบบการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ตามสมมติฐานแต่ละข้อดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วม โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติ ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ t-test เพื่ออธิบายความแตกต่างระหว่าง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทักษะ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียน

สถิติ ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ

สมมติฐานข้อที่3 การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบาย พฤติกรรม การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

สถิติ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำนายค่าของตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ด้วยการให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 2 เดือน

การประมวลผลข้อมูล

หลังจากที่เก็บแบบสอบถามครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัย ได้นำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการดังนี้

1. ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถามทุกฉบับด้วยตนเอง ตามคู่มือลงรหัสที่ได้จัดทำไว้
2. คัดลอกรหัสที่ลงเรียบร้อยแล้วลงในแบบฟอร์มการลงรหัส (General Coding Form) เพื่อนำข้อมูลไปบันทึกลงในแผ่นดิส
3. นำข้อมูลที่ได้บันทึกไว้ในแผ่นดิสไปประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ ภายใต้โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ดำเนินการโดยสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน จะนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอนตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ที่ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความแปรปรวน โดยการนำเสนอข้อมูลเป็นตาราง เพื่ออธิบาย

1. ลักษณะทางประชากรของนักเรียน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา แผนการเรียน
2. การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จากสื่อประเภทต่างๆ
3. ความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
4. ทักษะคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
5. พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ t-test เพื่ออธิบายความแตกต่างระหว่างความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ

2. หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ

3. วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาอิทธิพลของตัวแปรต่างๆที่มีต่อพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

ตอนที่1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ส่วนที่1 ลักษณะประชากร

การวิเคราะห์ส่วนนี้ จะนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา แผนการศึกษา ของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ โดยมีผลวิเคราะห์ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

สถานภาพของโรงเรียน	จำนวน	ร้อยละ
โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ	216	50.0
โรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	216	50.0
รวม	432	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ นักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และจำนวนของนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ โดยทั้ง 2 กลุ่มมีจำนวนเท่ากัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละของนักเรียน จำแนกตามเพศ

เพศ	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ		รวม	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ชาย	109	50.5	163	75.5	272	63.0
หญิง	107	49.5	53	24.5	160	37.0
รวม	216	50.0	216	50.0	432	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีเพศชายและหญิง ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนใหญ่เป็นชาย โดยมีสัดส่วนถึง 3 ใน 4

สรุปภาพรวมของนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีเกือบ 2 ใน 3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ที่เหลืออีก 1 ใน 3 นั้นเป็นเพศหญิง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักเรียน จำนวนตามอายุ

อายุ	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ		รวม	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
15 ปี	38	17.6	33	15.3	71	16.4
16 ปี	64	29.6	61	28.2	125	28.9
17 ปี	69	31.9	78	36.1	147	34.0
18 ปีขึ้นไป	41	19.0	37	17.1	78	18.1
ไม่ตอบ	4	1.9	7	3.2	11	2.5
รวม	216	50.0	216	50.0	432	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่านักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” นั้น ส่วนมากมีอายุ 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.9 เช่นเดียวกับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนมากมีอายุ 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.1

โดยเฉลี่ยแล้ว นักเรียนส่วนมากมีอายุ 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา คือ อายุ 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.9 และที่น้อยที่สุดคือ อายุ 15 ปี มีเพียงร้อยละ 16.4

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของนักเรียน จำนวนตามระดับการศึกษา

ระดับชั้น	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ		รวม	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
มัธยมศึกษาปีที่4	71	32.9	73	33.8	144	33.3
มัธยมศึกษาปีที่5	72	33.3	71	32.9	143	33.1
มัธยมศึกษาปีที่6	73	33.8	72	33.3	145	33.6
รวม	216	50.0	216	50.0	432	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 33.3 ร้อยละ 33.1 และร้อยละ 33.6 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามแผนการศึกษา

แผนการศึกษา	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ		รวม	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สายวิทย์-คณิต	154	71.3	109	50.5	263	60.9
สายศิลป์-คำนวณ	41	19.0	56	25.9	97	22.5
สายศิลป์-ภาษา	20	9.3	50	23.1	70	16.2
ไม่ตอบ	1	0.5	1	0.5	2	0.5
รวม	216	50.0	216	50.0	432	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่านักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในสายวิทย์-คณิต รองลงมาคือ สายศิลป์-คำนวณ และที่น้อยที่สุด คือ สายศิลป์-ภาษา เช่นเดียวกับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ

โดยรวมแล้ว นักเรียนส่วนมาก คือ 3 ใน 5 ศึกษาในสายวิทย์-คณิต ในขณะที่นักเรียนมากกว่า 1 ใน 5 เล็กน้อย ศึกษาในสายศิลป์-คำนวณ และส่วนที่เหลืออีกเกือบ 1 ใน 5 ศึกษาในสายศิลป์-ภาษา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

รายการ	กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการฯ		
	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D.	การเปิดรับข่าวสาร
1. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	3.02	1.01	ปานกลาง
2. สารคดี “คลินิกหมอน้ำ” ทางโทรทัศน์	1.28	0.63	น้อยมาก
3. สปอตโฆษณาทางวิทยุเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	2.62	1.15	น้อย
4. สารคดี “1 นาทีกับหมอน้ำ” ทางวิทยุ	1.28	0.65	น้อยมาก
5. เว็บไซต์ www.namharn2.com	1.11	0.42	น้อยมาก
6. บทความในหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	2.21	1.01	น้อย
7. คู่มือ “น้ำหาร 2”	1.65	0.92	น้อยมาก
8. ปฏิทิน “น้ำหาร2”	1.22	0.67	น้อยมาก
9. โปสเตอร์ “น้ำหาร2”	2.17	1.24	น้อย
10. สติกเกอร์ “น้ำหาร2”	2.06	1.23	น้อย
11. ค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน ณ.ศูนย์รวมตะวัน จ.กาญจนบุรี	1.09	0.41	น้อยมาก
12. โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมเข้าค่าย (Camp) เพื่ออบรมความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	1.45	0.74	น้อยมาก
13. นิทรรศการ	2.11	0.95	น้อย
14. กิจกรรมรณรงค์ของโครงการน้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เช่น งานรักษาน้ำเพื่ออนาคต	2.42	1.12	น้อย
15.บุคคลต่างๆ เช่น บุคคลภายในครอบครัว เพื่อน ครู เป็นต้น	2.63	1.10	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.89	0.49	น้อยมาก

จากตารางที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”อยู่ในระดับน้อยมาก โดยเฉลี่ยเพียง 1.89 โดย นักเรียนเปิดรับข่าวสารจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สปอตโฆษณาทางวิทยุ และสื่อบุคคล ตามลำดับ ทั้งนี้ สื่อที่นักเรียนมีการเปิดรับน้อยที่สุด คือ กิจกรรมค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน ณ. ศูนย์รวมตะวัน จ. กาญจนบุรี



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ
จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหαρ 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

รายการ	กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ		
	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D.	การเปิดรับข่าวสาร
1. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	3.37	0.97	ปานกลาง
2. สารคดี “คลินิกหมอน้ำ” ทางโทรทัศน์	1.56	0.86	น้อยมาก
3. สปอตโฆษณาทางวิทยุเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	2.87	1.07	น้อย
4. สารคดี “1 นาทีกับหมอน้ำ” ทางวิทยุ	1.41	0.77	น้อยมาก
5. เว็บไซต์ www.namham2.com	1.29	0.75	น้อยมาก
6. บทความในหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	2.64	1.06	น้อย
7. คู่มือ “น้ำหαρ 2 “	2.09	1.10	น้อย
8. ปฏิทิน “น้ำหαρ2”	1.51	0.92	น้อยมาก
9. โปสเตอร์ “น้ำหαρ2”	2.67	1.35	น้อย
10. สติกเกอร์ “น้ำหαρ2”	2.52	1.38	น้อย
11. ค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน ณ.ศูนย์รวมตะวัน จ.กาญจนบุรี	1.18	0.64	น้อยมาก
12. โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมเข้าค่าย (Camp) เพื่ออบรมความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	1.94	1.02	น้อยมาก
13. นิทรรศการ	2.62	0.98	น้อย
14. กิจกรรมรณรงค์ของโครงการน้ำหαρ 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เช่น งานรักษน้ำเพื่ออนาคต	2.65	1.03	น้อย
15.บุคคลต่างๆ เช่น บุคคลภายในครอบครัว เพื่อน ครู เป็นต้น	2.82	1.06	น้อย
ค่าเฉลี่ย	2.21	0.59	น้อย

จากตารางที่ 7 ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” อยู่ในระดับน้อย เฉลี่ยเพียง 2.21 โดยนักเรียนเปิดรับข่าวสารจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อบุคคล และสื่อดิจิทัลตามลำดับ ทั้งนี้ สื่อที่นักเรียนมีการเปิดรับน้อยที่สุด คือ กิจกรรมค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน ณ. ศูนย์รวมตะวัน จ. กาญจนบุรี เช่นเดียวกับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนเข้าร่วมโครงการฯ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละ ของนักเรียนจำแนกตามความถี่ของการเปิดรับข่าวสารจากโครงการ “น้ำหนาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
บ่อยมาก	-	-	-	-
บ่อย	1	0.5	7	3.2
ปานกลาง	25	11.6	49	22.7
น้อยมาก	144	66.7	141	65.3
ไม่เคยเลย	46	21.3	19	8.8
รวม	216	50.0	216	50.0

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ในระดับน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 66.7 และ 65.3 ตามลำดับ

รองลงมา นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ร้อยละ 21.3 ไม่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ในขณะที่นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ ร้อยละ 22.7 มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการในระดับปานกลาง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความรู้ในเรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามความรู้ในเรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

รายการ	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	
	ตอบถูก จำนวน (ร้อยละ)	ตอบผิด จำนวน (ร้อยละ)	ตอบถูก จำนวน (ร้อยละ)	ตอบผิด จำนวน (ร้อยละ)
1. ในประเทศไทย โดยเฉลี่ยแล้วก๊อกน้ำจะมีอัตราการไหล 9 ลิตรต่อวินาที	31 (14.4)	185 (85.6)	22 (10.2)	194 (89.8)
2. การล้างรถจากปลายสายยางที่จ่ายน้ำโดยไม่ปิด เป็นพฤติกรรมกาใช้น้ำที่ก่อให้เกิดการสูญเสียน้ำมากที่สุด	137 (63.4)	79 (36.6)	129 (59.7)	87 (40.3)
3. สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำสามารถประหยัดน้ำได้มากกว่าสุขภัณฑ์รุ่นเก่า 3 เท่า	104 (48.1)	112 (51.9)	97 (44.9)	119 (55.1)
4. การใช้ขวดแก้วที่เติมน้ำเต็มแช่ไว้ในถังพักของสุขภัณฑ์ เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อลดปริมาณการใช้น้ำสำหรับสุขภัณฑ์	158 (73.1)	58 (26.9)	124 (57.4)	92 (42.6)
5. การเปิดก๊อกน้ำทิ้งไว้ในขณะแปรงฟันเป็นการใช้น้ำสำหรับแปรงฟันที่ฟุ่มเฟือยมากที่สุด	183 (84.7)	33 (15.3)	180 (93.3)	36 (16.7)
6. การอาบน้ำด้วยขันเป็นวิธีการอาบน้ำที่ใช้น้ำน้อยที่สุด	80 (37.0)	136 (63.0)	71 (32.9)	145 (67.1)
7. การกวาดเศษอาหารออกจากภาชนะก่อนแล้วล้างด้วยมือเป็นวิธีปฏิบัติเพื่อลดปริมาณการใช้น้ำสำหรับล้างจาน	161 (74.5)	55 (25.5)	170 (78.7)	46 (21.3)
8. การใช้สายยางฉีดรดต้นไม้ไม่ใช่วิธีการประหยัดน้ำสำหรับการรดน้ำต้นไม้	88 (40.7)	128 (59.3)	90 (41.7)	126 (58.3)
9. การติดตั้งอุปกรณ์เติมอากาศที่ก๊อกน้ำช่วยลดปริมาณการใช้น้ำได้ร้อยละ 30	104 (48.1)	112 (51.9)	105 (48.6)	111 (51.4)

รายการ	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	
	ตอบถูก จำนวน (ร้อยละ)	ตอบผิด จำนวน (ร้อยละ)	ตอบถูก จำนวน (ร้อยละ)	ตอบผิด จำนวน (ร้อยละ)
10. การซักด้วยเครื่องซักผ้าที่มีแกนหมุนในแนวตั้งไม่ใช่วิธีการประหยัดน้ำสำหรับการซักผ้า	93 (43.1)	123 (56.9)	116 (53.7)	100 (46.3)
11. การเลือกชนิดของผงซักฟองสามารถประหยัดน้ำในการซักผ้าได้ เพราะการใช้ผงซักฟองที่มีฟองน้อยจะใช้น้ำน้อย	89 (41.2)	127 (58.8)	77 (35.6)	139 (64.4)
12. สารที่กักคร่อนประเก็นยางของสุขภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดการรั่วไหลของน้ำ คือ คลอรีน	158 (73.1)	58 (26.9)	144 (66.7)	72 (33.3)
13. เราสามารถตรวจสอบการรั่วไหลของน้ำได้โดยปิดก๊อกทุกจุดจ่ายน้ำในบ้าน หากพบว่าตัวเลขในมาตรวัดน้ำยังเปลี่ยนแปลง แสดงว่ามีกรรั่วไหล หรือสังเกตจากรอยซึมหรือ เปียก ตามผนังหรือแนวท่อ รวมทั้งสังเกตจากกำลังของน้ำที่ลดลง	183 (84.7)	33 (15.3)	165 (76.4)	51 (23.6)
14. ก๊อกหมุนหมุนเปิด-ปิดไม่ใช้เทคโนโลยีประหยัดน้ำ	101 (46.8)	115 (53.2)	72 (33.3)	144 (66.7)
15. การรดน้ำต้นไม้ด้วย Sprinkler เป็นการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	132 (61.1)	84 (38.9)	150 (69.4)	66 (30.6)

จากตารางที่ 9 ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ตอบคำถามในเรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าได้ถูกต้องมากกว่านักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ตอบว่าการเปิดก๊อกน้ำทิ้งไว้ในขณะแปรงฟันเป็นการใช้น้ำที่ฟุ่มเฟือยมากที่สุดได้ถูกต้อง นอกจากนี้ นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ สามารถตอบวิธีการตรวจสอบการรั่วไหลของน้ำได้อย่างถูกต้องเป็นจำนวนมากที่สุดเช่นกัน รวมไปถึงนักเรียนทั้ง 2 กลุ่มมีความรู้เรื่องการวาดเศษอาหารออกจากภาชนะก่อนแล้วล้างด้วยมือเป็นวิธีปฏิบัติเพื่อลดปริมาณการใช้น้ำสำหรับล้างจาน เป็นลำดับรองลงมา ส่วนความรู้เรื่องอัตราการไหลเฉลี่ยของก๊อกน้ำในประเทศไทยนั้น นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มตอบผิดมากที่สุด

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามระดับความรู้ในเรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ระดับความรู้	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้ต่ำ	30	13.9	29	13.4
ความรู้ปานกลาง	143	66.2	162	75
ความรู้สูง	43	19.9	25	11.6
รวม	216	100.0	216	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า นักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม คือ นักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 66.2 และ 75 ตามลำดับ ทั้งนี้ พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีระดับความรู้สูง มากกว่านักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการ คิดเป็นร้อยละ 8.3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ตารางที่ 11 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ จำแนกตามทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ท่านมีความเห็นอย่างไรในเรื่องต่อไปนี้	เข้าร่วมโครงการฯ		
	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D.	ทัศนคติ
1. การสร้างอุปนิสัยที่ดีในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นการช่วยเหลือประเทศชาติ	4.65	0.54	บวกมาก
2. การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจะสามารถแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำในอนาคตได้	4.59	0.66	บวกมาก
3. ประเทศไทย เป็นประเทศเกษตรกรรม จึงใช้น้ำเพื่อการทำเกษตรมากที่สุด ดังนั้นผู้ที่ควรใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า คือ เกษตรกรเท่านั้น	3.83	1.24	บวก
4. เนื่องจากน้ำมีราคาถูกเพราะฉะนั้น เราควรให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาอื่นๆ ก่อน	3.88	1.18	บวก
5. การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจะทำให้ใช้ชีวิตลำบากมากขึ้น	4.08	1.05	บวก
6. ถ้าเพื่อนของนักเรียนมีพฤติกรรมใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือย นักเรียนไม่ควรที่จะเข้าไปยุ่งเกี่ยวเพราะเป็นเรื่องส่วนตัวของเพื่อน	3.85	0.95	บวก
7. นักเรียนคิดว่าวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เป็นวิถีปฏิบัติของคนตระหนี่เท่านั้น	4.14	1.02	บวก
8. เป็นเรื่องง่ายสำหรับนักเรียนในการปฏิบัติตามวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	3.96	0.77	บวก
9. การลงทุนซื้อผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีประหยัดน้ำเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า	3.75	0.93	บวก
10. วิธีการแก้ปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย	4.58	0.75	บวกมาก
ค่าเฉลี่ย	4.13	0.53	บวก

จากตารางที่ 11 ผลการวิจัยพบว่า โดยเฉลี่ยนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เฉลี่ย 4.13

นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การสร้างอุปนิสัยที่ดีในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นการช่วยเหลือประเทศไทย โดยเฉลี่ยสูงถึง 4.65 ซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติเชิงบวกมาก รองลงมา คือ การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจะสามารถแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำในอนาคตได้ เฉลี่ย 4.59 อยู่ในระดับทัศนคติเชิงบวกมาก และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ เห็นด้วยกับการลงทุนซื้อผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีประหยัดน้ำเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าน้อยที่สุด เฉลี่ย 3.75 ซึ่งเป็นทัศนคติที่เป็นบวก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ
จำแนกตามทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ท่านมีความเห็นอย่างไรในเรื่องต่อไปนี้	ไม่เข้าร่วมโครงการฯ		
	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D.	ทัศนคติ
1. การสร้างอุปนิสัยที่ดีในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นการช่วยเหลือประเทศชาติ	4.63	0.54	บวกมาก
2. การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจะสามารถแก้ไขปัญหการขาดแคลนน้ำในอนาคตได้	4.52	0.69	บวกมาก
3. ประเทศไทย เป็นประเทศเกษตรกรรม จึงใช้น้ำเพื่อการทำเกษตรมากที่สุด ดังนั้นผู้ที่ควรใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า คือ เกษตรกรเท่านั้น	3.7	1.22	บวก
4. เนื่องจากน้ำมีราคาถูกเพราะฉะนั้น เราควรให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาอื่นๆ ก่อน	3.73	1.11	บวก
5. การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจะทำให้ใช้ชีวิตลำบากมากขึ้น	4.07	1.07	บวก
6. ถ้าเพื่อนของนักเรียนมีพฤติกรรมใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือย นักเรียนไม่ควรที่จะเข้าไปยุ่งเกี่ยวเพราะเป็นเรื่องส่วนตัวของเพื่อน	3.69	1.01	บวก
7. นักเรียนคิดว่าวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เป็นวิธีปฏิบัติของคนตระหนี่เท่านั้น	3.91	1.00	บวก
8. เป็นเรื่องง่ายสำหรับนักเรียนในการปฏิบัติตามวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	4.02	0.77	บวก
9. การลงทุนซื้อผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีประหยัดน้ำเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า	3.75	0.94	บวก
10. วิธีการแก้ปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย	4.50	0.74	บวกมาก
ค่าเฉลี่ย	4.05	0.54	บวก

จากตารางที่ 12 ผลการวิจัยพบว่า โดยเฉลี่ยนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เฉลี่ย 4.05

นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การสร้างอุปนิสัยที่ดีในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นการช่วยเหลือประเทศไทย โดยเฉลี่ยสูงถึง 4.63 อยู่ในระดับทัศนคติเชิงบวกมาก รองลงมา คือ การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจะสามารถแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำในอนาคตได้ เฉลี่ย 4.52 อยู่ในระดับทัศนคติเชิงบวกมาก และเห็นด้วยถ้าเพื่อนของนักเรียนมีพฤติกรรมใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือย นักเรียนไม่ควรที่จะเข้าไปยุ่งเกี่ยวเพราะเป็นเรื่องส่วนตัวของเพื่อนนั้น น้อยที่สุด เฉลี่ย 3.69 ซึ่งเป็นทัศนคติที่เป็นบวก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ระดับทัศนคติ	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทัศนคติเชิงบวกมาก	40	18.5	35	16.2
ทัศนคติเชิงบวก	142	65.7	148	68.5
ทัศนคติเป็นกลาง	33	15.3	31	14.4
ทัศนคติเชิงลบ	1	0.5	2	0.9
ทัศนคติเชิงลบมาก	-	-	-	-

จากตารางที่ 13 พบว่า นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า รองลงมาคือทัศนคติเชิงบวกมาก และน้อยที่สุดคือทัศนคติเชิงลบ ซึ่งผลการวิจัยส่วนนี้พบว่าไม่ปรากฏทัศนคติเชิงลบมากจากนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ตารางที่ 14 จำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ
จำแนกตามพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

รายการ	เข้าร่วมโครงการฯ		
	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D.	ทัศนคติ
1.นักเรียนเตือนหรือแนะนำให้คนในบ้านช่วยกันใช้น้ำอย่างประหยัด	2.93	1.08	ปานกลาง
2. นักเรียนอาบน้ำในอ่างอาบน้ำ	4.19	1.10	มาก
3. นักเรียนเปิดน้ำไว้ตลอด ขณะแปรงฟัน	4.02	1.16	มาก
4. ในขณะที่นักเรียนล้างหน้าล้างมือ หรือโกนหนวด นักเรียนมักจะเปิดน้ำทิ้งไว้ตลอดเวลา	3.76	1.26	มาก
5. ขณะที่นักเรียนล้างผัก ผลไม้ นักเรียนจะเปิดน้ำจากก๊อกน้ำแต่น้อย	2.93	1.11	ปานกลาง
6. เมื่อเห็นเพื่อน หรือบุคคลในครอบครัวปิดน้ำไม่สนิทนักเรียนจะเข้าไปปิดก๊อกน้ำให้สนิททันที	3.94	1.03	มาก
7. เมื่อมีเสื้อผ้าที่ใช้แล้ว นักเรียนจะซักทันที	3.54	1.23	มาก
8. นักเรียนแช่ผ้าก่อนซัก ประมาณ 20-30 นาทีและซักด้วยมือ	2.91	1.37	ปานกลาง
9. เมื่อมีแขกมาที่บ้าน นักเรียนจะเสิร์ฟน้ำให้แขก โดยเสิร์ฟแก้วเปล่า พร้อมกับเหยือกใส่น้ำ	2.18	1.24	น้อย
10. นักเรียนล้างรถ โดยใช้สายยางฉีด	3.09	1.39	ปานกลาง
11. ก่อนล้างจาน นักเรียนจะกวาดเศษอาหารออกจากภาชนะ	4.30	0.99	มาก
12. นักเรียนนำน้ำที่ใช้ล้างผัก/ผลไม้แล้ว ไปใช้รดน้ำต้นไม้	2.57	1.29	ปานกลาง
13. นักเรียนจะหลีกเลี่ยงการรดน้ำต้นไม้ในเวลาเที่ยงหรือบ่าย	3.42	1.37	ปานกลาง
14. นักเรียนได้มีการตรวจตราการรั่วไหลของน้ำเป็นประจำ	2.57	1.15	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.37	0.45	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 ผลการวิจัยพบว่า โดยเฉลี่ยนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37

นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการประหยัดน้ำ โดยก่อนล้างจาน นักเรียนจะกวาดเศษอาหารออกจากภาชนะมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.3 รองลงมา คือพฤติกรรมการไม่อาบน้ำในอ่างอาบน้ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.19 ซึ่งพฤติกรรมทั้งสอง จัดได้ว่าอยู่ในเกณฑ์พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับมาก ส่วนพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าที่นักเรียนปฏิบัติน้อยที่สุดคือ การเสิร์ฟน้ำให้แขก โดยเสิร์ฟแก้วเปล่าพร้อมกับเหยือกน้ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.18 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับน้อย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

รายการ	ไม่เข้าร่วมโครงการฯ		
	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D.	ทัศนคติ
1.นักเรียนเตือนหรือแนะนำให้คนในบ้านช่วยกันใช้น้ำอย่างประหยัด	3.09	1.11	ปานกลาง
2. นักเรียนอาบน้ำในอ่างอาบน้ำ	4.31	1.04	มาก
3. นักเรียนเปิดน้ำไว้ตลอด ขณะแปรงฟัน	4.1	1.09	มาก
4. ในขณะที่นักเรียนล้างหน้าล้างมือ หรือโกนหนวด นักเรียนมักจะเปิดน้ำทิ้งไว้ตลอดเวลา	3.85	1.22	มาก
5. ขณะที่นักเรียนล้างผัก ผลไม้ นักเรียนจะเปิดน้ำจากก๊อกน้ำแต่น้อย	3.03	1.06	ปานกลาง
6. เมื่อเห็นเพื่อน หรือบุคคลในครอบครัวปิดน้ำไม่สนิทนักเรียนจะเข้าไปปิดก๊อกน้ำให้สนิททันที	3.79	1.06	มาก
7. เมื่อมีเสื้อผ้าที่ชื้นแล้ว นักเรียนจะซักทันที	3.61	1.13	มาก
8. นักเรียนแช่ผ้าก่อนซัก ประมาณ 20-30 นาทีและซักด้วยมือ	2.82	1.18	ปานกลาง
9. เมื่อมีแขกมาที่บ้าน นักเรียนจะเสิร์ฟน้ำให้แขก โดยเสิร์ฟแก้วเปล่า พร้อมกับเหยือกใส่น้ำ	2.25	1.17	น้อย
10. นักเรียนล้างรถ โดยใช้สายยางฉีด	3.17	1.35	ปานกลาง
11. ก่อนล้างจาน นักเรียนจะกวาดเศษอาหารออกจากภาชนะ	4.33	0.88	มาก
12. นักเรียนนำน้ำที่ใช้ล้างผัก/ผลไม้แล้ว ไปใช้รดน้ำต้นไม้	2.79	1.26	ปานกลาง
13. นักเรียนจะหลีกเลี่ยงการรดน้ำต้นไม้ในเวลาเที่ยงหรือบ่าย	3.53	1.19	มาก
14. นักเรียนได้มีการตรวจตราการรั่วไหลของน้ำเป็นประจำ	2.63	1.12	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.44	0.45	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 ผลการวิจัยพบว่า โดยเฉลี่ยนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ มีพฤติกรรมการใช้ในอย่างรู้คุณค่าในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44

นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการประหยัดน้ำ โดยก่อนล้างจาน นักเรียนจะกวาดเศษอาหารออกจากภาชนะมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือพฤติกรรมการไม่อาบน้ำในอ่างอาบน้ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.31 ซึ่งพฤติกรรมทั้งสอง จัดได้ว่าอยู่ในเกณฑ์พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับมาก ส่วนพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าที่นักเรียนปฏิบัติน้อยที่สุดคือ การเสิร์ฟน้ำให้แขก โดยเสิร์ฟแก้วเปล่าพร้อมกับเหยือกน้ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.25 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับน้อย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามระดับของพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ระดับพฤติกรรม	เข้าร่วมโครงการฯ		ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สูงมาก	-	-	1	0.5
สูง	76	35.2	92	42.6
ปานกลาง	131	60.6	118	54.6
ต่ำ	9	4.2	5	2.3
ต่ำมาก	-	-	-	-

จากตารางที่ 16 พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าคล้ายกัน คือ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับปานกลาง รองลงมา คือ นักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับสูง และน้อยที่สุด คือ มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับสูงมาก ซึ่งผลการวิจัยส่วนนี้พบว่าไม่ปรากฏพฤติกรรมต่ำมากจากนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 17 ผลทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ระหว่างกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ

กลุ่ม	จำนวนนักเรียน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบน	t	P
เข้าร่วมโครงการฯ	216	8.34	2.51	1.81	0.71
ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	216	7.93	2.27		

จากตารางที่ 17 พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ มีค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 ผลทดสอบความแตกต่างของทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ระหว่างกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการ

กลุ่ม	จำนวนนักเรียน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบน	t	P
เข้าร่วมโครงการฯ	216	4.13	0.53	1.54	0.12
ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	216	4.05	0.54		

จากตารางที่ 18 พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ มีค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ผลทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ระหว่างกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการ

กลุ่ม	จำนวนนักเรียน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบน	t	P
เข้าร่วมโครงการฯ	216	3.37	0.45	-1.65	0.10
ไม่เข้าร่วมโครงการฯ	216	3.44	0.45		

จากตารางที่ 19 พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ

ตารางที่ 20 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” กับตัวแปรเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	P
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	0.197	0.77
ความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	0.097	0.16
ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	0.283**	0.00

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 20 ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า กับ ความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ตัวแปรการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติเป็นตัวพยากรณ์และใช้พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นตัวแปรตาม

ตัวพยากรณ์	R	R ²	R ² ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์การถดถอย		t	p
				B	Beta		
ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	0.28304	0.08011	0.07581	0.238829	0.283036	4.317*	0.00
ค่าคงที่				2.34208	0.18436		

F = 18.63639 (P < 0.05)

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญ มีเพียง 1 ตัวแปร คือ ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ซึ่งตัวแปรนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนในทางบวก จึงกล่าวได้ว่า การที่นักเรียนมีทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าดี จะทำให้นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่ามากขึ้น

จะเห็นได้ว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่านั้นของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีเพียงตัวเดียว นั่นคือ ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า จึงถือได้ว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าได้ ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ภายใต้โครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ดำเนินการโดยสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) มีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” รวมถึงความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ
2. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนที่เข้าร่วม “โครงการน้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนเข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”
4. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

และได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

1. นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทักษะคิด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”
3. การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 432 คน แบ่งออกเป็น นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จำนวน 216 คน และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 216 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) และประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าความแปรปรวน เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ทศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และพฤติกรรมการประหยัดน้ำของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้วิธีทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยใช้ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามสมมติฐานข้อที่ 2 รวมถึงใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำนายค่าของตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ตามสมมติฐานที่ 3

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 432 คน เป็นนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มเท่าๆ กัน คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จำนวน 216 คน และ นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 216 คน โดยเกือบ 2 ใน 3 ของนักเรียนเป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี รองลงมาคืออายุ 16 ปี และ 18 ปีขึ้นไป ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดศึกษาอยู่ในระดับชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 4 มัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 33.3 ร้อยละ 33.1 และ ร้อยละ 33.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ นักเรียนส่วนใหญ่ศึกษาในสายวิทย์-คณิต

สำหรับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มีเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในสายวิทย์-คณิต

ส่วนนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 17 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งมีจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งศึกษาในสายวิทย์-คณิต

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม คือ นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ใกล้เคียงกัน คือ มีการเปิดรับอยู่ในระดับน้อย โดยนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มากกว่านักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ กล่าวคือ นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีการเปิดรับข่าวสารของโครงการฯ อยู่ในระดับน้อยมาก เฉลี่ยเพียง 1.89 ในขณะที่นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” อยู่ในระดับน้อย เฉลี่ย 2.21

ทั้งนี้พบว่า ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นสื่อที่นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มเปิดรับมากที่สุด รองลงมา สำหรับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล (บุคคลต่างๆ เช่น บุคคลภายในครอบครัว เพื่อน ครู เป็นต้น) และสปอตโฆษณาทางวิทยุ ตามลำดับ ในขณะที่นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีการเปิดรับข่าวสารจากสปอตโฆษณาทางวิทยุ และจากสื่อบุคคล ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน ณ.ศูนย์รวมตะวัน จ.กาญจนบุรี เป็นสื่อที่นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มมีการเปิดรับน้อยที่สุด

สำหรับเรื่องความถี่ของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่ มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับน้อยมาก

ส่วนที่ 3 ความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

กลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ตอบคำถามในเรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าได้ถูกต้องมากกว่านักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนไม่เข้าร่วมโครงการฯ เล็กน้อย โดยตอบคำถามข้อที่ 5 ที่ว่า “การเปิดก๊อกน้ำทิ้งไว้ในขณะแปรงฟันเป็นการใช้น้ำที่ฟุ่มเฟือยมากที่สุด” และคำถามเรื่องวิธีการตรวจสอบการรั่วไหลของน้ำ ได้ถูกต้องมากที่สุด รองลงมา คือ คำถามข้อที่ 13 เรื่องวิธีการประหยัดน้ำสำหรับการล้างจาน ส่วนความรู้เรื่องอันตรายเฉลี่ยของก๊อกน้ำในประเทศไทยนั้น นักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม ตอบผิดมากที่สุด

แต่โดยภาพรวมแล้ว พบว่า นักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนมากมีความรู้ในเรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ นักเรียนมีความรู้ในระดับสูงสำหรับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ แต่สำหรับกลุ่มนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ นั้น มีความรู้ต่ำ

ส่วนที่ 4 . ทักษะคิดต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า โดยกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่ามากกว่านักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ เล็กน้อย โดยนักเรียนทั้ง 2 กลุ่มเห็นด้วยอย่างยิ่งที่ว่า การสร้างอุปนิสัยที่ดีในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นการช่วยเหลือประเทศชาติ รองลงมาคือ การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจะสามารถแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำในอนาคตได้ และ วิธีการแก้ปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย

โดยรวมพบว่า ส่วนใหญ่ นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า รองลงมาคือมีทัศนคติเชิงบวกมาก และนักเรียนทั้ง 2 กลุ่มไม่มีทัศนคติเชิงลบต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเลย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักเรียนทั้ง 2 กลุ่มมีพฤติกรรมवादเศษอาหารออกจากภาชนะมากที่สุด รองลงมา คือ พฤติกรรมการไม่อาบน้ำในอ่างอาบน้ำ และมีพฤติกรรมไม่เปิดน้ำไว้ตลอด ขณะแปรงฟัน ตามลำดับ

นอกจากพบว่านักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับปานกลางแล้ว ยังพบว่า นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับสูง เป็นลำดับรองลงมา และจากผลการวิจัยไม่พบว่านักเรียนทั้ง 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้น้ำต่ำมากเลย

2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าแตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า

ผลการทดสอบสมมติฐานไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

- นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” กับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่แตกต่างกัน
- นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” กับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่แตกต่างกัน
- นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” กับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

จากการวิจัยพบว่า

ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ

แต่การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” รวมไปถึงความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

จากการวิจัยพบว่า

เมื่อให้พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นตัวแปรตาม และให้การเปิดรับข่าวสารจากโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เป็นตัวแปรต้น ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียงตัวแปรเดียว คือ ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า กล่าวคือ หากนักเรียนมีทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในเชิงบวก จะทำให้นักเรียนมี พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่ามากขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1

นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

1.1 นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” กับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สาเหตุที่ทำให้นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่แตกต่างกัน อาจสันนิษฐานได้ดังนี้

การจัดกิจกรรม “ค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน” เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ให้แก่นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น ใช้ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมเพียง 1 วัน และมีความถี่ในการจัดกิจกรรมดังกล่าวน้อยครั้งต่อปี ยกตัวอย่างเช่น โรงเรียนสีกัน”วัฒนานันท์อุปถัมภ์” มีการจัดกิจกรรมเข้าค่ายเพียงปีละ 3 ครั้ง และโรงเรียนเซนต์ฟรังซิสเซเวียร์ มีการจัดกิจกรรมเข้าค่ายเพียงปีละ 2 ครั้งเท่านั้น ซึ่งส่งผลให้นักเรียนทั้ง 2 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่มากนัก

ซึ่งบอลล์-โรคีย์ และเดอเฟลอร์ (Ball-Rokeach , S.J. and Defleur, M.L., 1976) ได้กล่าวไว้ในแบบจำลองเชิงพึ่งพาของผลการสื่อสารมวลชน (A Dependency Model of Mass-Media Effects) ว่า ยิ่งบุคคลได้รับข่าวสารมากเท่าไร ก็จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมมากขึ้นด้วย เช่นเดียวกับ Zombardo และ Leippe กล่าวว่า อิทธิพลของการเสนอข่าวสารบ่อยๆ เพื่อให้ผู้ฟังคุ้นเคย (Repetition to create familiarity) อาจนำไปสู่พฤติกรรมได้ โดยเข้ากล่าวว่าการที่สารนั้น มีการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆ ซ้ำกันบ่อยๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับการสื่อสารนั้น อันจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ

ดังนั้น เมื่อนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้รับข่าวสารจากโครงการไม่มาก จึงทำให้นักเรียนกลุ่มนี้มีความรู้ไม่แตกต่างไปจากนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ

ทั้งนี้ นอกจากโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จะมีการจัดกิจกรรม “ค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน” เพื่อเผยแพร่ความรู้ให้แก่นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯแล้ว ทางโครงการยังมีการจัดทำและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าผ่านสื่ออื่นๆอีกหลายชนิด เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป เช่น สื่อมวลชน (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์) สื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์ หนังสือคู่มือ สติกเกอร์ฯ) รวมทั้งสื่อกิจกรรมอื่นๆ (กิจกรรมถนนคนรักน้ำน้ำจัด กิจกรรมเด็กไทยใจรักน้ำ) ซึ่งเนื้อหาที่ใช้เผยแพร่ผ่านสื่อหรือกิจกรรมต่างๆ ที่โครงการได้จัดขึ้นนั้นเป็นเนื้อหาเดียวกัน จึงส่งผลให้นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ แม้จะไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม “ค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน” ก็ได้รับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าผ่านสื่ออื่นๆของโครงการเช่นกัน ซึ่งจากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่านักเรียนทั้งสองกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ อาจสันนิษฐานได้ว่านักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” อาจขาดความสนใจที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาที่ได้รับ เพราะโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” นอกจากจะช่วยให้ประเทศชาติมีน้ำใช้อย่างพอเพียงกับความต้องการในอนาคตแล้ว หากเราปฏิบัติตามคำแนะนำเรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าแล้ว ก็จะช่วยให้ค่าประปา ลดลง ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวไม่ได้เป็นเรื่องที่อยู่ในความรับผิดชอบของนักเรียน กล่าวคือ ค่าน้ำ ไม่ได้เป็นตัวกระตุ้น enforcement ให้นักเรียนสนใจ เพราะนักเรียนไม่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

กนกวรรณ มณฑิราช (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี “ พบว่า การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี

1.2 นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหอร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” กับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ จะมีทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วม โครงการ “น้ำหอร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงน่าจะส่งผลให้ทัศนคติของนักเรียนทั้งสองกลุ่มนั้นไม่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน ตามแนวคิดของโรเจอร์ (Roger, 1971) ที่ว่า “เมื่อผู้รับสารได้รับสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็จะเกิดความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ และความรู้ ความเข้าใจ จะทำให้เกิดทัศนคติกับเรื่องนั้น และในขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้นๆ ตามมา” การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องตามลำดับ

อีกทั้งจากการวิจัยกลุ่มเล็กของแคปเปอร์ ที่ศึกษาเรื่องอิทธิพลของกลุ่ม พบว่า ความเห็นของแต่ละบุคคลมักจะเป็นความเห็นของกลุ่มที่ผู้นั้นเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสนามของเลวิน (Lewin 's field theory) กล่าวถึงผลกระทบของกลุ่มต่อชีวิตของบุคคลว่า ค่านิยมและทัศนคติของบุคคลได้รับอิทธิพลอย่างมากจากค่านิยมและบรรทัดฐานของกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิก ดังที่ได้กล่าวในข้างต้นแล้วว่า นักเรียนทั้งสองกลุ่มมีความคล้ายคลึงกันในหลายเรื่องไม่ว่าจะเป็น อายุ ระดับการศึกษา ที่พักอาศัย สภาพแวดล้อมต่างๆ จึงถือได้ว่านักเรียนทั้งสองกลุ่มเป็นสมาชิกของสังคมเดียวกัน ดังนั้นนักเรียนทั้งสองกลุ่มจึงมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่แตกต่างจากกลุ่มซึ่งตนเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ของทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ศุภยวรรณ โกศลวัฒน์ (2539) ศึกษาเรื่อง “ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ” พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียทั้งจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียของผู้บริหารธุรกิจ และเจ้าของสถานประกอบการ

1.3 นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” กับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ จะมีพฤติกรรมกาใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ไม่แตกต่างกัน

ก่อน สวัสดิพานิชย์ (2519) กล่าวว่า เด็กวัยรุ่นมีสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม ที่คล้ายคลึงกัน มักมีพฤติกรรมกาเลียนแบบ และมักเอาอย่างกันในหลายเรื่อง เช่น รสนิยมกาแต่งตัว การพูดจา ภาษา และพฤติกรรมกาลอกเลียนแบบจากสื่อต่างๆ ซึ่งมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน และเป็นแบบอย่างไปในทิศทางเดียวกัน และลอกเลียนแบบกันทุกยุคทุกสมัย

นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดของบลูเมอร์ (Blumer : 1969) กล่าวว่า “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติและมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย” ซึ่งสอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2540) ที่ว่า ปัจจัยของกลุ่มสังคมที่มีอิทธิพลต่อบุคคลผู้ทำการสื่อสารได้แก่ บทบาท และบรรทัดฐาน ในส่วนของบรรทัดฐานนั้น หมายถึง แนวทางในการแสดงพฤติกรรมที่เป็นอย่างเดียวกันระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวถูกควบคุมโดยอิทธิพลของกลุ่ม

ดังนั้น กลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ที่มีภูมิลาเนา สภาพแวดล้อมของสังคมระดับความคิด อีกทั้งการศึกษาไม่แตกต่างกัน จึงมีพฤติกรรมเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับกลุ่มหรือไม่แตกต่างกัน ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้พบว่านักเรียนทั้งสองกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมกาใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลางนั่นเอง

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

วรรณภา สีอวรรณ (2543) ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลห้องเรียนสีเขียว” พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการห้องเรียนสีเขียว กับนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการห้องเรียนสีเขียว จะมีพฤติกรรมกาประหยัดไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการน้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจากการวิจัยพบว่า

ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทางบวก(ตารางที่20) จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

ส่วนการเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” รวมไปถึงความรู้อีกเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่านั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สาเหตุที่ทำให้พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า อาจเนื่องมาจากแนวคิดของแคเนียลแคทซ์ และสทอทแลนด์ (Kaniel Katz and Stotland) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่ามี 3 ส่วน โดยส่วนที่ 3 เป็นส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) ซึ่งมีแนวโน้มเน้นไปทางการกระทำหรือพฤติกรรม ในลักษณะที่ว่าเมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เมื่อบุคคลมีความรู้สึกด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงออก ก็จะเป็นไปในทางที่ดีส่วนมากเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติที่แฮร์รี ซี. ทริแอนดิส (Harry C. Triandis, 1971:3) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติประกอบขึ้นด้วยส่วนประกอบ 3 ส่วน ส่วนที่สามารถนำมาอธิบายผลจากการวิจัยนี้ได้ดี คือ ส่วนของพฤติกรรม หรือส่วนของแนวโน้มในการกระทำหรือแสดงออก (Behavioral or Action-Tendency Component) หมายถึง ส่วนของแนวโน้มเชิงในการที่จะปฏิบัติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ไปในทางใดทางหนึ่ง อันเป็นผลมาจากความรู้ ความคิด และความรู้สึก ซึ่งโดยทั่วไปมักจะพบว่า มีการแสดงออกทางพฤติกรรมไปตาม ทัศนคติ เช่น ถ้าหากมีทัศนคติไม่ดีแล้ว การปฏิบัติตอบทางพฤติกรรมก็จะพยายามโจมตี ทำลาย ไล่ไป หรือกลั่นแกล้งสิ่งนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีทัศนคติดีต่อสิ่งนั้นๆ ก็จะชมเชย สนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ อุดหนุน ช่วยแนะนำคนอื่นๆ ต่อไป

เช่นเดียวกับแนวความคิดของโรเจอร์ (Rogers) ที่กล่าวไว้ว่า การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของผู้รับสาร นอกจากนี้การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากทัศนคติของบุคคล ดังนั้น การที่บุคคลมีพฤติกรรมต่างกันก็เนื่องจากมีทัศนคติที่แตกต่างกัน

เมื่อนำแนวคิดทั้งสองมาเทียบกับงานวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่อยู่ในระดับเชิงบวก จึงส่งผลให้นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของอยู่ในระดับปานกลางจนถึงค่อนข้างสูงนั่นเอง

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

เกรียงชัย เหลืองภัทรเวช (2540) ศึกษาเรื่อง “ การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย) พบว่า ทัศนคติเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ที่ศึกษาเรื่อง “ การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม “ พบว่า ทัศนคติต่อการอนุรักษ์พลังงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน

สำหรับสาเหตุที่ทำให้การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ กล่าวคือ นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีการเปิดรับข่าวสารจากโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” อยู่ในระดับต่ำ หรือเฉลี่ยเพียง 1.89 แต่นักเรียนกลุ่มเดียวกันนี้กลับมีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือ เฉลี่ย 3.37 ทั้งนี้อาจสันนิษฐานได้ว่า นักเรียนอาจมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอยู่ก่อนแล้ว ทั้งนี้เพราะเรื่องการประหยัดพลังงาน ไม่ว่าจะเป็น ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นเรื่องที่สังคมไทยให้ความสำคัญมานานแล้ว ดังนั้นจึงมีการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ประหยัดน้ำจึงมีอยู่ในทุกยุคทุกสมัย นอกจากนี้สื่อบุคคล เช่น พ่อ แม่ ครู อาจารย์ ก็มักจะสั่งสอน ตักเตือนลูกหลานในเรื่องการใช้น้ำอย่างประหยัด ทำให้เด็กเกิดการเรียนรู้ และเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้น้ำอย่างประหยัด

ซึ่งสอดคล้องกับชานน่า ที่พบว่า ตามปกติการกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่มักเกิดจากทัศนคติของบุคคล ทัศนคติจึงเป็นเหมือนเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล ดังนั้นแม้ว่ากลุ่มนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯดังกล่าวจะมีการเปิดรับข่าวสารจากโครงการในระดับต่ำ ก็ยังทำให้นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า อยู่ในระดับปานกลาง

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2535) ศึกษาเรื่อง “ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จ. พิษณุโลก” พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พิมลพรรณ สุทธิวงศ์ (2536) ศึกษาเรื่อง “ การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชนกับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า พฤติกรรมการรับทราบข่าวสารจากการรณรงค์จากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด

สำหรับ สาเหตุที่ทำให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “ น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” อาจพิจารณาได้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง ที่บุคคลรับเข้ามาสู่ระบบความคิด ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันในรูปแบบการดำเนินชีวิต รูปแบบของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ระบบความเชื่อ ค่านิยมและปทัสถานของสังคม ดังนั้นความรู้เพียงอย่างเดียว อาจจะไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการได้ เนื่องจากกระบวนการระหว่างความรู้และพฤติกรรมของบุคคลนั้นยังมีทัศนคติเป็นสิ่งที่มึบทบาทในเชิงจิตวิทยาของแต่ละบุคคลในการตัดสินใจว่าจะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้น ความรู้ในเรื่องหนึ่งของคนอาจจะไม่มีความสัมพันธ์กับการกระทำที่ปรากฏออกมา ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า แต่มีเพียงตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ นั่นคือ ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

อีกทั้งการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำเป็นเรื่องที่สังคมไทยเล็งเห็นสำคัญมานานแล้ว และสังคมก็สนับสนุนให้ทุกคนช่วยกันใช้น้ำอย่างประหยัด จนทำให้พฤติกรรมการประหยัดน้ำนี้กลายเป็นปทัสถานของสังคมไทย ดังนั้น นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ จึงมีพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าตามปทัสถานของสังคมไทย ทั้งที่นักเรียนอาจมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในระดับปานกลางก็ได้

สอดคล้องกับงานวิจัยของ

พีระนันท์ บุรณะโสภณ (2537) ศึกษาเรื่อง “ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ศศิวิมล ปาลศรี (2538) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของโครงการ “น้ำहार 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายพฤติกรรมกาใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำहार2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

ผลการวิจัยพบว่า ทักษะเป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายพฤติกรรมกาใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าได้มากที่สุดของนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ จึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 3 ซึ่งแสดงว่า หากนักเรียนมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่ามาก จะส่งผลให้นักเรียนจะมีพฤติกรรมกาใช้น้ำอย่างรู้คุณค่ามาก ในทางตรงข้าม หากนักเรียนมีทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในเชิงลบแล้ว จะทำให้นักเรียนมีพฤติกรรมกาใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าน้อยตามด้วย

การที่ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมกาใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจาก ลูอิส วิทเยสธอร์น (2540) กล่าวว่า การศึกษาถึงสาเหตุของพฤติกรรมของบุคคลนั้น นักจิตวิทยาได้เห็นพ้องต้องกันว่า จิตลักษณะที่ทำนายพฤติกรรมได้แม่นยำมากที่สุด คือ ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมนั้น นอกจากนี้การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของบุคคลส่วนใหญ่ตามปกติมักเกิดจากทัศนคติของบุคคลผู้นั้น ทัศนคติจึงเป็นเหมือนทางเลือกของพฤติกรรม คือ เป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล

เช่นเดียวกับงานวิจัยของ แคลปเปอร์(Klapper,1960) สรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนไม่ใช่ว่าเหตุที่สำคัญเพียงประการเดียวที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร แต่จะทำหน้าที่ร่วมกับปัจจัยอื่นในการอธิบายพฤติกรรมของผู้รับสารได้ และแนวคิดของ ซิมบาโด (Zimbardo , Ebberson และ Maslach,1977) กล่าวว่า ในการที่จะให้มีการยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน

สอดคล้องกับงานวิจัยของ

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2538) ศึกษาเรื่อง “ พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร กับความตระหนักทัศนคติ และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขต อำเภอบางบ่อ

จังหวัดสมุทรปราการ “พบว่า ทักษะคนที่มีความรู้ที่เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลที่สุดใน การทำนายพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ฐัธนา แสงอร่าม (2542) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำ ปรปะปดี่ม่ได้” ความรู้ ทักษะคนติ และพฤติกรรมกรบรโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ทักษะคนติเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลและอธิบายพฤติกรรมกรบรโภคน้ำดื่ม มากกว่าตัวแปรอื่น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำภายใต้โครงการน้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ซึ่งดำเนินงานโดยสำนักนโยบายและแผนพลังงาน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทั่วไป ดังนี้

1. เนื่องจากสื่อที่ใช้ในโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” มีความหลากหลาย แต่จากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีการเปิดรับสื่อมวลชนมากที่สุด โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ ดังนั้น ทางโครงการฯ น่าจะเพิ่มความถี่ในการเสนอ หรือขอความร่วมมือกับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และวิทยุ เพื่อสอดแทรกสาระเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าระหว่างรายการต่างๆ เพื่อที่จะสามารถเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข่าวสารให้แก่นักเรียน

2. สำหรับการแจกจ่ายเอกสารโดยเฉพาะสื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์ สติกเกอร์ หนังสือคู่มือ ปฏิทิน เข็มกลัด ฯ) ควรกระจายสื่อเฉพาะกิจให้ออกไปสู่วงกว้างมากกว่านี้ กล่าวคือ ทางโครงการจัดทำสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้ออกมาเป็นจำนวนมาก แต่มีการแจกจ่ายยังไม่มากเท่าที่ควร ส่วนใหญ่แล้วสื่อเหล่านี้จะแจกตามสถานที่จัดกิจกรรมรณรงค์สัญจร เช่น กิจกรรมถนนคนรักน้ำ กิจกรรมเด็กไทยใจรักน้ำ กิจกรรมรักน้ำเพื่ออนาคต เป็นต้น ซึ่งจะแจกแก่ประชาชนทั่วไปที่ผ่านไปมาในขณะนั้น ดังนั้นควรจะนำสื่อเฉพาะที่ผลิตขึ้นนี้ไปแจกจ่ายแก่หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ มหาวิทยาลัย หรือโรงเรียนต่างๆ เพื่อที่สื่อดังกล่าวจะได้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

3. ในส่วนของกิจกรรมที่จัดขึ้นในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” นั้นควรจัดกิจกรรมที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรม เพราะจากการศึกษาข้อมูล พบว่า การจัดกิจกรรมตามโครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” นั้นมีการจัดประมาณ ปีละ 2-3 ครั้งเท่านั้น จึงทำให้กิจกรรมที่จัดขึ้นนี้ไม่ส่งผลให้เกิดความแตกต่างระหว่างนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ และนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ อีกทั้งนักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ก็ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำเช่นกัน เพราะเรื่องการใช้น้ำอย่างประหยัดนี้ เป็นเรื่องที่สังคมให้ความสนใจและให้ความร่วมมือในการประหยัด ดังนั้นโรงเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ก็มักจะมีการจัดนิทรรศการเพื่อให้ความรู้แก่นักเรียนในเรื่องการประหยัดน้ำเช่นเดียวกัน ซึ่งการเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรมนี้จะทำให้นักเรียนจดจำและนำไปปฏิบัติ

4. นอกจากนี้ ในส่วนของการจัดกิจกรรมของโครงการนั้น ควรจัดกิจกรรมขอความร่วมมือระหว่างบ้านและโรงเรียนด้วย เนื่องจากผลการวิจัยนั้น พบว่า นักเรียนมีการเปิดรับสื่อ

บุคคลใน 3 ลำดับแรก แม้ว่าสื่อบุคคล เช่น พ่อ แม่ ผู้ปกครอง เพื่อน คุณครู นั้นไม่ได้เป็นสื่อของโครงการ และสื่อบุคคลนี้ก็เป็สื่อที่มีประโยชน์ในการที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักเรียน ดังนั้นเพื่อที่จะนักเรียนมีพฤติกรรมการประหยัดน้ำที่มากขึ้น ทางโครงการน่าจะจัดกิจกรรมเพื่อขอความร่วมมือกับบ้าน และโรงเรียน เพื่อสอดแทรกให้เยาวชนเป็นผู้ที่มีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่ดีต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

5. ทั้งนี้จากผลการวิจัยยังพบอีกว่า การเปิดรับข่าวสารจากโครงการฯ และความรู้เรื่องวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของนักเรียน แต่ทัศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ และเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมได้ ดังนั้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ทางโครงการจึงควรจัดการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ที่เน้นเรื่องการสร้างกระแส เช่นเดียวกับโครงการรณรงค์ของรัฐบาลที่ผ่านมา เช่น การสร้างกระแสเรื่องการออกกำลังกาย การสร้างกระแสเรื่องอาหารปลอดภัย เป็นต้น และควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

6. จากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า แต่ยังขาดความรู้ในวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ดังนั้นเจ้าหน้าที่ของโครงการควรที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าให้กับนักเรียนให้มากยิ่งขึ้น เพื่อนักเรียนจะได้เข้าใจถึงวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าอย่างแท้จริง และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงผลของการทำประชาสัมพันธโครงการ“น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” โดยมีได้ศึกษาถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธโครงการ ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถอธิบายผลของการวิจัยได้ดีเท่าที่ควร ประกอบกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์การประชาสัมพันธในเชิงลึก จึงไม่มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธในเชิงลึก ซึ่งเป็นการดำเนินงานของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานแห่งชาติ และบริษัท เจ เอส แอล ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเอกสาร หรือ สัมภาษณ์ผู้บริหารของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน และผู้ที่รับผิดชอบโครงการของบริษัท เจ เอส แอล เพิ่มเติมด้วย

2. เนื่องจากงานวิจัยที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยในเชิงสำรวจ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จึงทำให้ไม่ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งมากนัก ดังนั้น ควรศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์นักเรียนที่ศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ แกนนำเยาวชน หรือ สัมภาษณ์ ครูผู้รับผิดชอบโครงการ ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเข้าใจในกลยุทธ์การประชาสัมพันธโครงการ “น้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า”

3. ควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องรสนิยม ความชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมายด้วยว่ากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มนั้นมีความชื่นชอบสื่อชนิดใด หรือชอบชมรายการแบบใด เพื่อที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้รับผิดชอบโครงการต่างๆ ซึ่งจะทำให้ผู้รับผิดชอบโครงการสามารถผลิตสื่อ หรือเลือกรายการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ และก่อให้เกิดประสิทธิผลในการดำเนินโครงการ

4. งานวิจัยชิ้นนี้ยังพบอีกว่า สื่อกิจกรรมไม่มีผลในการสร้างความแตกต่างในด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ระหว่างนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการและนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ดังนั้น จึงน่าจะมีการวิจัยทดสอบประสิทธิภาพของสื่อกิจกรรม รวมทั้งวิเคราะห์แผนการใช้สื่อรณรงค์ว่าสามารถทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกับกลุ่มเป้าหมายได้จริงหรือไม่

5. โครงการ “น้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” ไม่ได้ดำเนินโครงการเพียงในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่โครงการฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมในหลายภาค เช่น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งควรทำการศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำของนักเรียนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร กับนักเรียนอาศัยในต่างจังหวัดว่ามีความแตกต่างในด้านการเปิดรับข่าวสารจากโครงการ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำหรือไม่ ทั้งนี้ เพราะสภาพแวดล้อม และสภาพภูมิศาสตร์ของนักเรียนมีความแตกต่างกัน และความต้องการน้ำของนักเรียนก็มีความแตกต่างกันด้วย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- ฐิตนา แสงอร่าม. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ฐิติ วิทยสธนะ. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับความรู้ ทักษะ และการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ณรงค์ สมพงษ์. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2535.
- दानินท์ กิจนชี. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังहारสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ทวี ทองสว่าง. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ , 2523.
- นฤมล โจहितจันทร์. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อความรู้ ทักษะ เกี่ยวกับโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- นิวัติ เรืองพานิช. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : รั้วเขียว, 2542.
- บริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก. โลกของน้ำ The World of Water. กรุงเทพฯ, 2542.
- ปกิจ พรหมยาน. ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2531.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2540.

- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. การจัดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2546.
- พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักศึกษาความสะอาดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- พิมลพรรณ สุทธิวงศ์. การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชนกับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- พีระนันท์ บุรณะไธภณ. พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ไพลิน ศศิธนาแก้ว. การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ยศ สันตสมบัติ. น้ำ1360. กรุงเทพฯ : สถาบันชุมชนท้องถิ่น, 2537.
- วันทนี ศิริสุข. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออกคิด พลัส ของบริษัทการบินไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วิจิตร อวระกุล. เทคนิคในการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โอ เอส ปรี้นติ้งเฮ้าส์, 2534.
- วิชัย วงษ์ใหญ่. พัฒนาหลักสูตรและการสอนมิติใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์รุ่งเรือง, 2523.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2534.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC. ชมรมผู้สนใจงานวิจัยทางการศึกษา, 2536.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ศศิวิมล ปานศรี. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมกรใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ศิริลักษณ์ อริยปัญญา. ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

สุวรรณณี โพธิศรี. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่6 ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารงานนอกรวม. (ม.ป.ท.),2525.

โสภา ชูพิสัยกุล. จิตวิทยาสังคมประยุกต์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2522.

อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหน้าเสี่ยในโครงการบำบัดน้ำเสี่ยของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles. K. New Model For Mass Communication Research. New York : The Free Press, 1973.

Berlo, David. K. The Process of Communication. Michigan State University, 1960.

Bloom, Benjamin S. Taxonomy of Educational Objectives (Cognitive Domain). New York : David Mckay, 1967.

Blumer J.G. and Elihu Katz. The Use of Mass Communications : Current Perspective on Gradification Research. London : Sage Publications,1978.

Defleur, M.L. and Rokeach, S.Ball. Theories of Mass Communication. 4 th ed. New York : Longman,1982.

- Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication. New York : The Free Press, 1960.
- Lasswell, D.Harold. The Structure and Function of Communication in society. New York : Harper AND Row Publishers,1948.
- Mcquire W.J. The Nature of Attitucle and Attitude Change The Handbook of Social Psychology (2nd. ed.) Massachusetts. Addison Wesley Publishing Company,1969.
- Newcomb, T.M. Social Psychology. New York : Dryden Press, 1954
- Roger, Everett M. and Shoemaker , F Floyd . Communication of Innovation : A Cross-Cultural Approach. New York : The Free Press, 1971.
- Rogers, Everett M. Communication Strategies for Family Planning. New York : The Free Press , 1973.
- Schramm, Willbur. Ed. Mass Communication. (2 nd ed.) Urbana : University of Illinois Press,1960
- Schramm, Willbur. Channels and Audience in Handbook of Communication. Eds. Lthiel De Sola Pool, et al Chicago : Rand Mcnelly Publishing Company,1973.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะชีวิต และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ” ภายใต้โครงการนำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ซึ่งดำเนินงานโดยสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานแห่งชาติ ที่มีต่อนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อนำคำตอบและข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการวิจัยและขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาในการทำแบบสอบถามในครั้งนี้

สำหรับผู้วิจัย

เลขที่แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักเรียน

ให้นักเรียนเขียนเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่เลือก หรือเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ

() 1. หญิง () 2. ชาย

2. อายุ ปี (หากเกิน 6 เดือนให้ปัดขึ้นเป็น 1 ปี)

3. กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น

() 1. มัธยมศึกษาปีที่ 4

() 2. มัธยมศึกษาปีที่ 5

() 3. มัธยมศึกษาปีที่ 6

4. แผนการเรียน

() 1. สายวิทย์ - คณิต

() 2. สายศิลป์ - คำนวณ

() 3. สายศิลป์ - ภาษา

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ให้นักเรียนเขียนเครื่องหมาย (✓) ในช่องความถี่หรือความบ่อยครั้งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าของโครงการน้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า (พลังงานหาร 2)

การเปิดรับข่าวสารทั่วไป	บ่อยมาก (มากกว่า 4 ครั้งต่อ เดือน)	บ่อย (3-4 ครั้ง ต่อเดือน)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง ต่อเดือน)	น้อยมาก (น้อยกว่า 1 ครั้งต่อ เดือน)	ไม่เคย เลย
1. ท่านได้รับชมภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า					
2. ท่านเคยรับชมสารคดี “คลินิกหมอน้ำ” ทางโทรทัศน์					
3. ท่านเคยรับฟังสปอตโฆษณาทางวิทยุเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า					
4. ท่านเคยรับฟังสารคดี “1 นาทีกับหมอน้ำ” ทางวิทยุ					
5. ท่านเคยเข้าชมเว็บไซต์ www.namham2.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของโครงการน้ำหาร 2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า					
6. ท่านเคยอ่านบทความในหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า					
7. ท่านเคยอ่านคู่มือ “น้ำหาร 2 “					
8. ท่านได้รับปฏิทิน “น้ำหาร2”					
9. ท่านเคยพบเห็นโปสเตอร์ “น้ำหาร2”					
10. ท่านพบเห็นสติ๊กเกอร์ “น้ำหาร2”					
11. ท่านได้เข้าร่วมค่ายอนุรักษ์น้ำและพลังงาน ณ.ศูนย์รวมตะวัน จ.กาญจนบุรี					
12. ในโรงเรียนมีการจัดกิจกรรมเข้าค่าย (Camp) เพื่ออบรมความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า					
13. ในโรงเรียนมีการจัดนิทรรศการ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า					

การเปิดรับข่าวสารทั่วไป	บ่อยมาก (มากกว่า 4 ครั้งต่อ เดือน)	บ่อย (3-4 ครั้ง ต่อเดือน)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง ต่อเดือน)	น้อยมาก (น้อยกว่า 1 ครั้งต่อ เดือน)	ไม่เคย เลย
14. ท่านเคยพบเห็นกิจกรรมรณรงค์ของโครงการน้ำหาร2 ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เช่น งานรณรงค์น้ำเพื่ออนาคต , การเดินพาเหรดที่มีข้อความและการแสดงเพื่อชี้ให้คนไทยตระหนักถึงการประหยัดน้ำ					
15.ท่านได้พูดคุยเกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า กับบุคคลอื่นๆ เช่น บุคคลภายในครอบครัว เพื่อน ครู เป็นต้น					

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

กรุณาทำเครื่องหมาย X หน้าคำตอบที่ถูกต้อง

1. ในประเทศไทย โดยเฉลี่ยแล้วก๊อกน้ำจะมีอัตราการไหลกี่ลิตรต่อวินาที

ก. 3 ลิตร	ข. 6 ลิตร
ค. 9 ลิตร	ง. 12 ลิตร
2. พฤติกรรมการใช้น้ำในข้อใดที่ก่อให้เกิดการสูญเสียน้ำมากที่สุด

ก. การล้างจานโดยเปิดก๊อกน้ำตลอด	
ข. การล้างรถจากปลายสายยางที่จ่ายน้ำโดยไม่ปิด	
ค. การติดตั้งถังเก็บน้ำภายในบ้านของตนเอง	
ง. การซักผ้าในปริมาณที่มาก	
3. สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำสามารถประหยัดน้ำได้มากกว่าสุขภัณฑ์รุ่นเก่ากี่เท่า

ก. 2 เท่า	ข. 3 เท่า
ค. 4 เท่า	ง. 5 เท่า
4. ข้อใดต่อไปนี้เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อลดปริมาณการใช้น้ำสำหรับสุขภัณฑ์

ก. ใช้สุขภัณฑ์เป็นที่ทิ้งขยะหรือของเสีย	ข. กดชักโครกก่อนการใช้และหลังการใช้
ค. ใช้โถปัสสาวะกับชักโครกร่วมกัน	ง. ใช้ขวดแก้วที่เติมน้ำเต็มแช่ไว้ในถังพักของสุขภัณฑ์
5. ข้อใดต่อไปนี้เป็นการใช้งานน้ำสำหรับแปรงฟันที่ฟุ่มเฟือยมากที่สุด

ก. เปิดก๊อกน้ำทิ้งไว้ในขณะแปรงฟัน	ข. ใช้แก้วรองน้ำขณะแปรงฟัน
ค. ใช้น้ำส้วมในปริมาณที่พอดี	ง. ถูกทั้ง ข้อ ข. และ ค.
6. วิธีการอาบน้ำวิธีใดที่ใช้น้ำน้อยที่สุด

ก. อาบน้ำด้วยอ่างอาบน้ำ	ข. อาบน้ำด้วยฝักบัวรุ่นประหยัดน้ำ
ค. อาบน้ำด้วยฝักบัวรุ่นปกติ	ง. อาบน้ำด้วยขัน
7. ข้อใดต่อไปนี้เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อลดปริมาณการใช้น้ำสำหรับล้างจาน

ก. ล้างภาชนะทุกครั้งหลังจากที่รับประทานอาหารเสร็จ	
ข. ล้างด้วยมือ	
ค. ล้างด้วยเครื่องล้างจาน	
ง. กวาดเศษอาหารออกจากภาชนะก่อนแล้วล้างด้วยมือ	
8. ข้อใดไม่ใช่วิธีการประหยัดน้ำสำหรับการรดน้ำต้นไม้

ก. รดน้ำก่อนเวลา 9.00 น.	ข. ใช้น้ำหยด และสปริงเกอร์
ค. เอาเศษกิ่งไม้ใบไม้มาคลุมบริเวณโคนต้นไม้	ง. ใช้สายยางฉีดรดต้นไม้
9. การติดตั้งอุปกรณ์เติมอากาศที่ก๊อกน้ำ ช่วยลดปริมาณการใช้น้ำได้ร้อยละเท่าไร

ก. 20 เปอร์เซ็นต์	ข. 30 เปอร์เซ็นต์
ค. 40 เปอร์เซ็นต์	ง. 50 เปอร์เซ็นต์

ตอนที่ 4 ทศนคติต่อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องข้อความที่ท่านเห็นด้วย

ท่านมีความเห็นอย่างไรในเรื่องต่อไปนี้	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. การสร้างอุปนิสัยที่ดีในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าเป็นการช่วยเหลือประเทศชาติ					
2. การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจะสามารถแก้ไข ปัญหาการขาดแคลนน้ำในอนาคตได้					
3. ประเทศไทย เป็นประเทศเกษตรกรรม จึงใช้ น้ำเพื่อการทำเกษตรมากที่สุด ดังนั้นผู้ที่ใช้ น้ำอย่างรู้คุณค่า คือ เกษตรกรเท่านั้น					
4. เนื่องจากน้ำมีราคาถูกเพราะฉะนั้น เราควรให้ ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาอื่นๆ ก่อน					
5. การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจะทำให้ใช้ชีวิต ลำบากมากขึ้น					
6. ถ้าเพื่อนของนักเรียนมีพฤติกรรมใช้น้ำอย่าง ฟุ่มเฟือย นักเรียนไม่ควรที่จะเข้าไปยุ่งเกี่ยว เพราะเป็นเรื่องส่วนตัวของเพื่อน					
7. นักเรียนคิดว่าวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เป็น วิธีปฏิบัติของคนตระหนัเท่านั้น					
8. เป็นเรื่องง่ายสำหรับนักเรียนในการปฏิบัติตน ตามวิธีการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า					
9. การลงทุนซื้อผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีประหยัด น้ำเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า					
10. วิธีการแก้ปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำ จำ เป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย					

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องพฤติกรรมที่ท่านปฏิบัติในชีวิตประจำวัน

รายการ	พฤติกรรม				
	บ่อยที่สุด	บ่อย	ไม่แน่ใจ	เป็นบางครั้ง	ไม่ปฏิบัติเลย
1. นักเรียนเตือนหรือแนะนำให้คนในบ้านช่วยกันใช้น้ำอย่างประหยัด					
2. นักเรียนอาบน้ำในอ่างอาบน้ำ					
3. นักเรียนเปิดน้ำไว้ตลอด ขณะแปรงฟัน					
4. ในขณะที่นักเรียนล้างหน้าล้างมือ หรือโกนหนวด นักเรียนมักจะเปิดน้ำทิ้งไว้ตลอดเวลา					
5. ขณะที่นักเรียนล้างผัก ผลไม้ นักเรียนจะเปิดน้ำจากก๊อกน้ำแต่น้อย					
6. เมื่อเห็นเพื่อน หรือบุคคลในครอบครัวปิดน้ำไม่สนิทนักเรียนจะเข้าไปปิดก๊อกน้ำให้สนิททันที					
7. เมื่อมีเสื้อผ้าที่ชื้นแล้ว นักเรียนจะซักทันที					
8. นักเรียนแช่ผ้าก่อนซัก ประมาณ 20-30 นาที และซักด้วยมือ					
9. เมื่อมีแขกมาที่บ้าน นักเรียนจะเสิร์ฟน้ำให้แขก โดยเสิร์ฟแก้วเปล่า พร้อมกับเหยือกใส่น้ำ					
10. นักเรียนล้างรถ โดยใช้สายยางฉีด					
11. ก่อนล้างจาน นักเรียนจะกวาดเศษอาหารออกจากภาชนะ					
12. นักเรียนนำน้ำที่ใช้ล้างผัก/ผลไม้แล้ว ไปใช้รดน้ำต้นไม้					
13. นักเรียนจะหลีกเลี่ยงการรดน้ำต้นไม้ในเวลาเที่ยงหรือบ่าย					
14. นักเรียนได้มีการตรวจตราการรั่วไหลของน้ำเป็นประจำ					

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวทองกร ทศนียะเวช เกิดวันที่ 13 พฤศจิกายน 2521 ปัจจุบันอายุ 25 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิตจากคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิชาเอกภาษาฝรั่งเศส และเทคโนโลยีทางการศึกษาเมื่อปี พ.ศ. 2540 เมื่อจบปริญญาตรีได้เข้าทำงานที่ ธนาคารยูโอบี รัตนสิน

จากนั้นได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทสาขานิเทศศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี 2545



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย