


การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม
เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร



นางฉัตรตา กาญจนกิจ

	วพ 302.23 5468ก
30A0099825	
Title : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ทัศนคติและพฤติกรรม ประหยัดและศูนย์สนทน เทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยวังจันทน์	

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์สุโขทัย นวัตกรรมวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยวังจันทน์

พ.ศ. 2537

**A STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN MEDIA HABIT AND K.A.P.
OF PEOPLE IN BANGKOK ON WATER-SAVING.**

MRS. DHUNRADA KARNJANAKIT

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Business Communication Arts
Graduate School Dhurakijpundit University**

1994



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา นิเทศศาสตรศาสตรบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ทัศนคติและพฤติกรรม เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานคร

โดย นางธัญรดา ภาณุจนกิจ
สาขาวิชา นิเทศศาสตรศาสตรบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.อำรุง จันทวานิช

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ดร.เลิศลักษณ์ ส.บุญพัฒนา)
..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี)
..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)
..... กรรมการ
(ดร.อำรุง จันทวานิช)
..... กรรมการ
(ศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด)
..... กรรมการ

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ วิทยารัฐ)

วันที่ 1 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2537

กิตติกรรมประกาศ

ด้วยความเมตตา และกรุณาสูงสุด ของคณะกรรมการวิทยานิพนธ์
ดร.เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพันธ์ รศ.ดร.สมควร กวียะ ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด
รศ.จุมพล รอดคำดี และขอขอบพระคุณโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดร.อำรุง จันทวานิช
ซึ่งให้โอกาสแก่ข้าพเจ้าก้าวเข้ามาสู่ความสำเร็จครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณเป็น
อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

น้ำใจจาก "มิตร" "ญาติพี่น้อง" และบุคคลแวดล้อมอีกหลาย ๆ ท่าน
เป็นแรงผลักดันให้พยายามเอาชนะ ความย่อท้อ และฝืนอุปสรรคทั้งปวงเป็นสิ่งที่
จะรำลึกอยู่ในใจตลอดไป รวมทั้งเจ้าหน้าที่การประสานครหลวงและคุณไตรรัตน์
อนันตนิติเวทย์ เจ้าหน้าที่บริษัทลินตาสแห่งประเทศไทย ที่ได้มีส่วนช่วยเหลือให้
ความร่วมมือเป็นอย่างดีในเรื่องของข้อมูล

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ใน
บัณฑิตวิทยาลัย ตลอดจนนักการทุกท่านที่ยินดีให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ
โดยตลอด

พระคุณของคุณแม่ที่คอยเป็นแรงผลักดัน เกื้อหนุน อาหาร ห่วงใย
ปลุกปลอบขวัญและกำลังใจจนลุล่วงมาตลอดรอดฝั่งเช่นนี้ ขอเทิดทูนไว้ชั่วชีวิต

การศึกษาในครั้งนี้เกิดขึ้นเพราะความมุ่งหวังจะเป็นประโยชน์ต่อสังคม
และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลไปใช้ประโยชน์ครั้งต่อไปในอนาคต และ
ข้าพเจ้าได้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะมีประโยชน์บ้างไม่มากก็น้อย

ธัญรดา กาญจนกิจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของการศึกษา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า.....	8
ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา.....	9
นิยามศัพท์.....	10
2. แนวความคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการวิจัย.....	13
แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการวิจัย.....	13
ทฤษฎีทางการสื่อสาร.....	13
ความหมายของการสื่อสาร.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสาร.....	17
แนวคิดเรื่องผลของการสื่อสาร.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรและสังคม.....	25
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้.....	29
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	32

	หน้า
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	40
ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม.....	42
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร.....	44
รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม...	47
3. การศึกษาวิจัยข้อมูล.....	52
วิธีดำเนินการวิจัย.....	52
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	67
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง.....	68
ตอนที่ 2 ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย.....	73
5. สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	150
บรรณานุกรม.....	179
ภาคผนวก.....	184
แบบสอบถาม.....	185
ประวัติผู้เขียน.....	193

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.	แสดงสถิติจำนวนราษฎรของกรุงเทพมหานคร ปี 2535.....	53
2.	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	69
3.	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	70
4.	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	71
5.	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	72
6.	แสดงจำนวนร้อยละของการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ.....	73
7.	แสดงจำนวนร้อยละของการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ผ่านสื่อต่าง ๆ.....	74
8.	แสดงจำนวนร้อยละของการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัด น้ำผ่านสื่อต่าง ๆ ตามลำดับ.....	76
9.	แสดงจำนวนร้อยละของความคิดเห็นต่อข่าวสารเกี่ยวกับการ ประหยัดน้ำผ่านสื่อต่าง ๆ.....	78
10.	แสดงจำนวนร้อยละของความสนใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับการ ประหยัดน้ำ.....	80
11.	แสดงจำนวนร้อยละข้อเสนอแนะการรับข่าวสารเกี่ยวกับการ ประหยัดน้ำ.....	81
12.	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ.....	84
13.	แสดงจำนวนร้อยละของความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ.....	85
14.	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ตามความคิดเห็นต่อการ ประหยัดน้ำ.....	88
15.	แสดงจำนวนร้อยละที่ปฏิบัติตามคำแนะนำในเรื่องการประหยัดน้ำ.....	92
16.	แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมกรรมการประหยัดน้ำ.....	93

ตารางที่	หน้า
17. แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมการณ์ไม่ได้มีส่วนร่วมในการ ประหยัคน้ำ	96
18. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการณ์ มีส่วนร่วมในการรณรงค้ำ ประหยัคน้ำ	97
19. แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับความรู้เกี่ยวกับการ ประหยัคน้ำ	99
20. แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับความรู้เกี่ยวกับการ ประหยัคน้ำ	100
21. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความรู้เกี่ยวกับ การประหยัคน้ำ	101
22. แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความรู้เกี่ยวกับการ ประหยัคน้ำ	102
23. แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการณ์รับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัคน้ำ	103
24. แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการณ์รับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัคน้ำ	105
25. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อโทรทัศน์ในการ ประหยัคน้ำกับระดับอายุเป็นรายคู้ โดยวิธีการของ SCHEFFE..	106
26. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากบุคคลอื่น ๆ ในการประหยัคน้ำกับระดับอายุเป็นรายคู้ โดยวิธีการของ SCHEFFE.	107
27. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการณ์ รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ	108
28. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากหนังสือพิมพ์ ในการประหยัคน้ำกับระดับการศึกษาเป็นรายคู้ โดยวิธีการของ SCHEFFE.	110

ตารางที่	หน้า
29. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากโทรทัศน์ในการ ประหยัคน้ำกับระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ SCHEFFÉ.....	111
30. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากวิทยุในการ ประหยัคน้ำกับระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ SCHEFFÉ.....	112
31. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากเจ้าหน้าที่ การประปา ในการประหยัคน้ำกับระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ SCHEFFÉ.....	113
32. แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับการรับข่าวสารเกี่ยวกับ การประหยัคน้ำ.....	114
33. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากหนังสือพิมพ์ ในการประหยัคน้ำกับอาชีพเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ SCHEFFÉ	115
34. แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับทัศนคติต่อการประหยัคน้ำ...	120
35. แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการประหยัคน้ำ...	121
36. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติต่อ การประหยัคน้ำ.....	122
37. แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการประหยัคน้ำ..	123
38. แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการประหยัคน้ำ...	124
39. แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการประหยัคน้ำ...	125
40. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการ ประหยัคน้ำ.....	125
41. แสดงค่า F โดยวิธีการของ SCHEFFÉ ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการประหยัคน้ำ.....	126
42. แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการประหยัคน้ำ..	127

ตารางที่	หน้า
43. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากใบเสรีจา กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	128
44. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากสติ๊กเกอร์ กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	129
45. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากโปสเตอร์ กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	130
46. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์ กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	130
47. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากนิตยสาร / วารสาร กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	131
48. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากโทรทัศน์ กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	131
49. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากวิทยุ กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	132
50. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจาก เจ้าหน้าที่การประปา กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	132
51. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากบุคคลอื่น กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	133
52. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากใบเสรีจา กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ	134
53. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากสติ๊กเกอร์ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ	134
54. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากโปสเตอร์ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ	135
55. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ	135

ตารางที่	หน้า
56. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากนิตยสาร กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ	136
57. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากโทรทัศน์ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ	136
58. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากวิทยุ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ	137
59. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจาก เจ้าหน้าที่ฯ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ	137
60. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากบุคคลอื่น กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ	138
61. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากใบเสร็จจา กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ	139
62. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากสติ๊กเกอร์ กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ	139
63. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากโปสเตอร์ กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ	140
64. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ	140
65. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากนิตยสาร กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ	141
66. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากโทรทัศน์ กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ	141
67. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากวิทยุ กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ	142
68. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจาก เจ้าหน้าที่ฯ กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ	142

ตารางที่	หน้า
69. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากบุคคลอื่น กับพฤติกรรมานการประหยัดน้ำ	143
70. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารจากใบเสร็จจา กับการ รณรงค้ประหยัดน้ำ	143
71. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารจากสติกเกอร์ กับการ รณรงค้ประหยัดน้ำ	145
72. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารจากโปสเตอร์ กับการ รณรงค้ประหยัดน้ำ	145
73. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ กับการ รณรงค้ประหยัดน้ำ	146
74. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารจากนิตยสาร กับการ รณรงค้ประหยัดน้ำ	146
75. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารจากโทรทัศน์ กับการ รณรงค้ประหยัดน้ำ	147
76. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารจากวิทยุ กับการ รณรงค้ประหยัดน้ำ	147
77. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ฯ กับการรณรงค้ประหยัดน้ำ	148
78. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารจากบุคคลอื่น กับการ รณรงค้ประหยัดน้ำ	148
79. สรุผลการวิจัยข้อแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรและสังคม กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม	160
80. สรุผลการวิจัยข้อแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรและสังคม กับพฤติกรรมกรับข่าวสาร	162
81. สรุผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสาร กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมานการประหยัดน้ำ	164

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.	แผนภาพแสดงการศึกษาวิจัย	10
2.	แผนภาพแสดงการสื่อสาร	15
3.	แผนภาพแสดงกระบวนการเกิดผลของการสื่อสาร	23
4.	แผนภาพแสดงองค์ประกอบของทัศนคติ	35
5.	แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร	57

ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา	นางธัญรดา กาญจนกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ดร.อำรุง จันทวานิช
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2537

บทคัดย่อ

ด้วยเหตุที่ประเทศไทยเคยได้ชื่อว่า เป็นประเทศคู่ข้าวอยู่น้ำมีน้ำท่าอุดมสมบูรณ์มากมายหลายคนจึงไม่เชื่อว่าเรากำลังประสบปัญหาวิกฤตการณ์น้ำ เนื่องจากข่าวที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ ล้วนแต่กล่าวถึงปัญหาภัยแล้งที่จะเกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงนั่นเอง ซึ่งน้อยกว่าปีที่ผ่านมาถึง 3,300 ล้านลูกบาศก์เมตร ทำให้คนเมืองหลวงเริ่มต้นตัวและหันมาสนใจกับปัญหานี้

ดังนั้น การศึกษานครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมมารับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำและความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในเรื่องการประหยัดน้ำหลังจากที่ได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน จากสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ทำการทดสอบโดยใช้สถิติ t-test และ F-test โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามเพศ โดยพบว่าเพศหญิงมีความรู้ในเรื่องการประหยัดน้ำมากกว่าเพศชาย แต่ไม่พบความแตกต่างเมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่างคือ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

2. สมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน จากสมมติฐานข้อที่ 2 ได้ทำการทดสอบโดยใช้สถิติ t-test และ F-test โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรมในการรับข่าวสาร จำแนกตามเพศ โดยเพศหญิงมีพฤติกรรมการรับข่าวสารในการประหยัดน้ำมากกว่าเพศชาย โดยพบในสื่อวิทยุ/วารสาร มากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ทีวีรับเงินของการประปาฯ สื่อบุคคลอื่น และสื่อเจ้าหน้าที่การประปาฯ ตามลำดับ

- พบว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรมในการรับข่าวสาร จำแนกตามอายุ โดยผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-45 ปี และต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด สื่อที่พบความแตกต่างรองจากสื่อโทรทัศน์คือสื่อบุคคลอื่นโดยพบมากในผู้ที่มีอายุ 41-45 ปี

- พบว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรมในการรับข่าวสาร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จากเจ้าหน้าที่การประปาฯ มากที่สุด สื่อที่พบความแตกต่างเป็นอันดับสองคือสื่อหนังสือพิมพ์ โดยพบมากในผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา ส่วนอันดับสามคือสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ เป็นอันดับสี่ โดยพบมากในผู้ที่มีการศึกษาระดับ ปวส./ปวท./อนุปริญญา

- พบว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรมในการรับข่าวสาร จำแนกตามอาชีพ โดยผู้ที่มีอาชีพรับราชการมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด

3. สมมติฐานข้อที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติและมีพฤติกรรมการประหยัดน้ำแตกต่างกัน จากสมมติฐานข้อที่ 3 ได้ทำการทดสอบโดยใช้สถิติ t-test และ F-test โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ไม่พบความแตกต่างกันเรื่องทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

- พบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมการประหยัดน้ำ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยพบว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำมากที่สุด แต่ไม่พบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่างคือ เพศ อายุ และอาชีพ

4. สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ จากสมมติฐานข้อที่ 4 ได้ทำการทดสอบโดยใช้ค่าไคสแควร์ โดยใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การประปา มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการประหยัดน้ำ

- พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากใบเสร็จรับเงินจากการประปา และโบสเตอร์มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการประหยัดน้ำ

- พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากบุคคลอื่น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ

5. สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ จากสมมติฐานข้อที่ 5 ได้ทำการทดสอบโดยใช้ค่าไคสแควร์ โดยใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากบุคคลอื่นมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ

ผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประกอบการจัดทำนโยบาย แผนงาน และโครงการเพื่อการสร้างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมให้สอดคล้องกับการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำในครั้งต่อไป เพื่อประกอบการตัดสินใจในการใช้สื่อให้เข้าถึงประชาชนและเกิดประสิทธิผลมากที่สุด

Thesis Title : The Relationship between media habit and K.A.P. of
People in Bangkok on Water Saving
Name: Mrs. Dhunrada Karnjanakit
Thesis Advisor: Dr. Somkuan Kaweeya
Co-thesis Advisor: Dr. Amrung Chantawanich
Department: Business of Arts
Academic year: 1994

Abstract

Regarding Thailand which once well-known to be the Land that so abundant with rice and water, that several people of the present time do not even believe that there have been water crisis as the news from media all indicating the draught problems that is going to occur in Bangkok which is the Capital of Thailand. There are 3,000 million cubic meter of water less than the last years water quantity having been kept in dams. The matter attracts people from capital city to be active and interested in this water shortage problem.

Accordingly the study aimed to study the characters of receiving information from media about presenting water and knowledge, attitude and practise in water preservation after receiving information from media, and the study could be concluded as follows;

1. In the 1st assumption that supposed the knowledge of people in Bangkok on Water Saving to be very due to variation of characters in population and society, an observation was conducted by mean of t-test and F-test statistical measures of which ratio is at 0.05 and it was found that here were variations in knowledge on Water Saving when described by genders, as females had more knowledge on water saving than males and no variation was found when described by characters of population and society of the sample groups, age, education and occupation.

2. In 2nd assumption that supposed the media habit of People in Bangkok as water saving to be vary due to variations of characters among population and society and observation was performed by means of t-test and F-test statistical measures of which ratio is at 0.05 and it was found that there were variations in media habit when described by genders, as females had more media habit on water saving than males by mostly obtaining information magazine, journal the receipts of water bills and other mean of information, and from officers of city's water supplying division.

It was found that there were variations in media habit, when described by age as those who were between 41-45 and under 20 years of ages, on water saving was mostly obtained from T.V. Program other media that found to be less many than TV. was from other people, which mostly found in those who were between 41-45 years of ages.

It was found that there were variations in media habit on Water Saving when described by education as these who were below high school level had model habit on water sounding mostly obtained from officials of city water supplying department, the second most was from newspapers that found in these who were under thigh school level, the third most was from radio programs and TV. was the last media that seem to be mostly found in those who were high vocational, high school and diploma levels.

It was found that there were variations in media habit on water saving when described by occupation as these who were government official that obtained on water saving mostly from newspaper.

3. In the 3rd assumption that supposed the attitude and practice of Bangkok people to be vary due to variation of characters population and society, a study was conducted by men of t-test and F-test statistical measures of which ratio was at 0.05 and it was found that then was no variation in attitude on water saving when described by character of population and society of sample group's gender, age education and occupation.

It was found that there were variations in practice on water saving when described by education as those who were high school level and equivalence had most water saving behaviors but no variation was found in practice on water saving when described by character of population and society of the sample group's genders, ages and occupations.

4. In the 4th assumption that supposed media habit water saving of people in Bangkok to be related to K.A.P. study was conducted by means of Chi-Square of which ratio was at 0.05 and it was found that there was a relationship between media habit K.A.P. of people in obtaining information from officials of city's water supplying department and knowledge of water saving.

It was found that there were a relationship between media habit from Water bills and Posters which were related to Attude on water-saving.

It was found that there were a relationship between media habit from other people which were related to practice on water saving.

5. In the 5th assumption that supposed the Behavior of receiving information concerning with water preservation of the people in Bangkok is being related to having association in water preservative campaigns.

Base on this assumption an analysation was performed by using Chi-Square by ratio of 0.05 and it was found that there was a relationship between behavior of receiving information from other people and Having association in water preservative campaigns.

The results obtained from this analysation was able to be used in conforming policies, planning projects, to support knowledge attitude and practice in accordance with water preservative campaigns in the future.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

"เดี๋ยวนี้ก็มีปัญหาเกี่ยวกับน้ำ น้ำนี้จะต้องใช้ให้ดี คือน้ำนั้นมีคุณค่าอย่างที่เราใช้น้ำสำหรับบริโภค น้ำสำหรับอุตสาหกรรม ทั้งหมดนี้ต้องใช้น้ำที่ดีหมายความว่า น้ำที่สะอาด)

น้ำมีมากในโลกเป็นน้ำทะเลเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะใช้อย่างนี้ไม่ได้แล้ว นอกจากนั้นเดี๋ยวนี้ที่กำลังมีมากขึ้นก็คือ น้ำเน่า จะต้องป้องกันไม่ให้มีน้ำเน่า น้ำเน่าจะมีอยู่เสมอแต่อย่าให้น้ำเน่านี้เป็นโทษมากเกินไป แม้จะไปซื้อน้ำจากต่างประเทศมาก็กลายเป็นน้ำเน่าหมด เพราะว่าเอามาใช้โดยไม่ระมัดระวัง

ถ้าเรามีน้ำ แล้วเอามาใช้อย่างระมัดระวังข้อหนึ่ง และควบคุมน้ำที่เสียอย่างดีอีกข้อหนึ่งก็อยู่ได้ เพราะว่าภูมิประเทศของประเทศไทย "ยังให้" คำว่า "ยังให้" ก็หมายความว่ายังเหมาะแก่การอยู่กินในประเทศนี้ ไม่ใช่ไม่เหมาะประเทศไทยนี้เป็นที่ที่เหมาะสมมากในการตั้งถิ่นฐาน แต่ต้องรักษาเอาไว้ไม่ให้ทำให้ประเทศไทย ซึ่งเป็นสวนเป็นนากลายเป็นทะเลทรายก็ป้องกันได้"¹

¹พระราชดำรัส พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระราชทานแก่คณะบุคคลที่เข้าเฝ้าถวายชัยมงคล ในวันที่เฉลิมพระชนมพรรษา ๗ ศาสตาศิลป์ สอนจิตรลดาโรฐาน พระราชวังดุสิต

น้ำเป็นธาตุมหัศจรรย์ชนิดหนึ่ง สามารถดำรงสถานะอยู่ได้ทั้งเป็นของแข็งของเหลว และก๊าซ สลับเปลี่ยนหมุนเวียนไปตามวงจรของมันเป็นตามสภาวะธรรมชาติ และเป็นสิ่งที่มีบทบาทอย่างสำคัญยิ่ง ต่อการดำรงอยู่ของสรรพชีวิตทั้งหลายบนพื้นพิภพนี้

เมื่อผสมผสานกับสภาพแวดล้อมในธรรมชาติ น้ำก่อให้เกิดวิวัฒนาการ สรรพชีวิตขึ้นในโลก และมีบทบาทสำคัญในการหล่อเลี้ยงมนุษยชาติทั้งในด้าน การเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญ เป็นสิ่งช่วยปรับความสมดุลในธรรมชาติ เป็นแหล่งก่อ ให้เกิดและพัฒนาอารยธรรมของมนุษย์ในยุคต่าง ๆ ที่ผ่านมา และก่อให้เกิดแรงบันดาลใจ ในการสร้างสรรค์สร้างอารยธรรมของมนุษย์จนตราบเท่าทุกวันนี้²

คนไทยรู้จักน้ำ และเห็นคุณค่าของน้ำมาเป็นเวลาหลายร้อยปี รู้จักสร้างที่เก็บกักน้ำมาตั้งแต่ 700 ปีที่แล้ว มีแหล่งน้ำกระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ ความนึกคิด วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เกี่ยวพันกับน้ำอย่างแยกจากกันมิได้

ประเทศไทยมีแหล่งน้ำจืด รวมเป็นเนื้อที่ผิวน้ำประมาณ 3,610 กิโลเมตร มีแม่น้ำ 47 สาย รวมความยาว 8,066 กิโลเมตร

สายน้ำทุกสายโยงใยชีวิตคนไทยทุกชีวิตไว้ด้วยกัน ตั้งแต่เกิดจนถึงตาย ด้วยน้ำเป็นแหล่งอาหาร แหล่งอารยธรรมที่มีคุณค่าเหลือคณานับ หล่อเลี้ยงชีวิตคนไทยตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน³

จะเห็นได้ว่าความสำคัญของน้ำมีมากมาย ตั้งแต่ความสำคัญของสภาวะแวดล้อม อารยธรรมได้โยงใยไว้อย่างแยกกันไม่ออก แม้กระทั่งในร่างกายของมนุษย์เอง จะพบว่าในร่างกายของคนเราประกอบด้วยน้ำ 3 ใน 4 ส่วน และจะเกิดอะไรขึ้นถ้าเราต้องอดน้ำถึงหนึ่งวันเต็ม ๆ น้ำหนึ่งในทรัพยากรที่สำคัญที่สุดต่อ

²ช่วยกันสร้างจิตสำนึกในคุณค่าน้ำ อาจช่วยคลี่คลายปัญหาเรื่องน้ำขาดแคลนได้. โลกสีเขียว ม.ค.-ก.พ. 36 ปีที่ 1 ฉบับที่ 6 หน้า 6.

³น้ำกับสังคมไทย. วารสารน้ำ ต.ค. 35 ฉบับที่ 210 ปีที่ 14

การดำรงชีพของเหล่าสรรพสิ่งมีชีวิตทั้งมวลในโลกมนุษย์ สัตว์ พืช จากจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้น บวกกับความเจริญทางด้านอุตสาหกรรมและการเติบโตของสังคมเมืองได้ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศวิทยา ซึ่งเกี่ยวข้องกับแหล่งกำเนิดน้ำ อีกทั้งมนุษย์เองที่ผู้อุปโภคบริโภค และใช้ประโยชน์จากน้ำมากกว่าสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ และมากจนต้องเกิดคำถามว่า วันนี้.....วันที่ทั่วโลกต่างก็กำลังเผชิญภาวะวิกฤตน้ำ เพราะการกระทำของมนุษย์ฯหรือไม่ว่าง

ปัญหาเรื่องน้ำเป็นปัญหาแบบตรงไปตรงมา คือ มีน้ำไม่พอใช้ ซึ่งต่างก็ประสบปัญหาเดียวกันนี้ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นสลัมในเม็กซิโก การสูญเปล่าของน้ำ เพราะการวางผังเมืองที่ผิดพลาด และการตัดไม้ทำลายป่า แหล่งน้ำถูกทำลาย เพราะโรงงานปล่อยสารเคมี สิ่งโสโครกเชื้อโรคลงในแหล่งน้ำถึงขนาดที่ว่าน้ำประปาในสลัมเม็กซิโกนั้น "มีสีเหลืองและเต็มไปด้วยหนอน" จีนเองก็มีแหล่งน้ำภายในประเทศที่รองรับประชาชนได้ไม่เกิน 700 ล้านคน ทุกวันนี้ 50 เมืองในจีนประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำ ภาคเกษตรเองที่เจอปัญหาดินเค็มเนื่องจากปริมาณน้ำใต้ดินลดลงและระบบชลประทานที่ด้อยประสิทธิภาพ⁴

ในสหภาพโซเวียตปริมาณน้ำในทะเลสาบ Aral ลดลงกว่า 2 ใน 3 ยิ่งกว่านั้นเกลือและย่ำฆ่าแมลงจำนวนมหาศาลตกตะกอน บนชายฝั่งทะเลสาบพื้นดินในบริเวณใกล้เคียงมีการปนเปื้อน ประชากรหลายล้านคนประสบโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ แม้แต่ประเทศมหาอำนาจอย่างอเมริกาเองก็ประสบปัญหาทุกแบบที่ประเทศอื่นทั่วโลกเจอกัน

แหล่งน้ำในเมืองไทยครั้งหนึ่งเคยอุดมสมบูรณ์เพราะอยู่ในเขตที่มีปริมาณน้ำฝนมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก โดยเฉลี่ยแล้วประเทศไทยได้รับปริมาณน้ำฝนปีละ 800,000 ล้านลูกบาศก์เมตร น้ำจำนวนนี้ส่วนใหญ่จะระเหยสูญหายไป ซึมลงได้

⁴น้ำสายธารแห่งชีวิต หากรู้จักใช้อย่างประหยัดจะไม่เกิดวิกฤติ.

ผิวดินรวมทั้งการดูดซึมของพืช น้ำที่เหลือจะไหลไปลงสู่แม่น้ำ ลำคลอง ทะเล
อ่างเก็บน้ำ ประมาณปีละ 219,000 ล้านลูกบาศก์เมตร

ในช่วง 5-10 ปีให้หลังสถานการณ์กลับพลิกผันและกลับกลายมาเป็นยุค
แห่งการแย่งน้ำ โดยที่สาเหตุใหญ่ของการขาดแคลนน้ำที่นักวิชาการได้ประเมินไว้
ว่าป่าไม้ บริเวณต้นน้ำลำธารถูกทำลายไปมาก พื้นที่ต้นน้ำซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดน้ำ
ไม่มีป่าดูดซับน้ำหรือชะลอน้ำ ให้น้ำซึมลงไปเก็บกักน้ำไว้ในช่องว่างของดินไม่มาก
เหมือนแต่ก่อน แหล่งน้ำธรรมชาติ เช่น ลำธารจึงไม่มีน้ำไหล ห้วย หนอง คลอง
บึง แห้งขอด และสาเหตุอีกประการหนึ่งก็คงไม่พ้นความต้องการในการใช้น้ำของ
ภาคต่าง ๆ ที่เพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นความต้องการใช้น้ำเพื่ออุปโภคบริโภคทั้ง
ตามบ้านเรือน อุตสาหกรรมและเพื่อการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้น้ำ
เกินอัตราของชาวกรุงเทพฯ พฤติกรรมการใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือยของชาวกรุง และ
ปริมาณน้ำที่เน่าเสียในบริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยาถึง 3,927.1 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
ที่ทิ้งจากชุมชนและโรงงานอุตสาหกรรมก็เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันมากว่าเป็นตัวการ
สำคัญที่ทำให้ภาคเกษตรได้รับการจัดสรรน้ำอย่างไม่ยุติธรรม⁵

อัตราการใช้น้ำของคนกรุงเทพฯ สูงกว่าจังหวัดอื่น ๆ ถึง 10 เท่าตัว
ในขณะที่กว่า 2 ล้านครัวเรือนในชนบทขาดแคลนน้ำดื่ม หมู่บ้านแล้งซ้ำซากยังคงมี
อยู่เป็นจำนวนมาก เกษตรกรเองก็เป็นผู้รับเคราะห์ให้ลดพื้นที่ทางการเกษตรลง
ระบบการส่งน้ำของการประปาและการชลประทานที่ได้รับการโจมตีว่าไร้ประสิทธิภาพ

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2536 ที่ผ่านมามีปริมาณน้ำที่เหลือในเขื่อนอ่าง
เก็บน้ำของเขื่อนภูมิพลและเขื่อนสิริกิติ์ รวมได้ 5,355 ล้านลูกบาศก์เมตร
ปริมาณเพียงเท่านั้น กรมชลประทานจะต้องใช้แจกจ่ายให้กับการทำน้ำประปาใน

⁵แหล่งเดิม หน้าพิเศษ ข.

กรุงเทพฯ และอีก 22 จังหวัด 2,400 ล้านลูกบาศก์เมตร และล้นน้ำเค็ม น้ำเสียเพื่อป้องกันแหล่งผลิตน้ำประปา 600 ล้านลูกบาศก์เมตร ระเหยในอ่างเก็บน้ำ 200 ล้านลูกบาศก์เมตร เพาะปลูกร้าง 1,366 ล้านลูกบาศก์เมตร สำหรับลำดับการจัดสรรน้ำนั้น เจ้าหน้าที่กรมชลประทานได้อธิบายโดยรวมว่าเมื่อน้ำมีจำกัด จึงต้องมีการเวียนกันใช้น้ำในกลุ่มคนในเมืองหรือรอบนอกเมืองประมาณ ยี่สิบกว่าล้านคนในลุ่มน้ำเจ้าพระยา และภาคอุตสาหกรรมก่อน ส่วนการเกษตรนั้น เป็นผู้ที่ได้รับการจัดสรรน้ำรองลงมา

ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้พลังงานชาวต่างประเทศนาย AMORY LOVINS ได้เขียนบทความเกี่ยวกับวิธีประหยัดน้ำว่า แค่เพียงการแจกฟรี อุปกรณ์ประหยัดน้ำและประหยัดไฟฟ้าให้กับประชาชนในเมืองเม็กซิโกซิตี้ ตัดสินใจติดตั้งระบบ ชักโครกแบบใหม่ในบ้านเรือน ให้แก่ประชาชนฟรีจำนวนห้าล้านครอบครัวเพื่อลด ปัญหา น้ำเสีย เครื่องสุขภัณฑ์แบบใหม่ที่ประหยัดน้ำ ช่วยลดปริมาณการใช้น้ำอย่าง พุ่มเหยียด สำหรับวิธีง่าย ๆ ในบ้านเราที่ช่วยประหยัดน้ำ 3 วิธีคือ

1. การอาบน้ำอย่างประหยัด การอาบน้ำจากฝักบัวประหยัดกว่าอาบน้ำในอ่างถึงครึ่งหนึ่ง และถ้ายิ่งอาบน้ำโดยใช้ขันตักน้ำจากถังน้ำก็ยิ่งประหยัดได้อีกมาก
2. ชักโครกประหยัดน้ำ ชักโครกแต่ละครั้งเบื่อน้ำถึง 20 ลิตร ควรหาพลาสติกใส่ให้เต็มใส่ไว้ในโถน้ำ จะช่วยประหยัดน้ำได้ 1 ลิตร หรือเปลี่ยนโถชักโครกแบบราด ซึ่งใช้น้ำเพียง 6 ลิตรเท่านั้น มีการคำนวณว่า หากคนในเมืองใหญ่ ๆ ประมาณ 5 ล้านคน ช่วยกันหันมาใช้ชักโครกแบบประหยัด จาก 20 ลิตรเหลือเพียง 6 ลิตร จะประหยัดน้ำได้ถึงปีละ 200 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งเท่ากับปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำหากมีการสร้างเขื่อนแม่วังศ
3. ป้องกันไม่ให้เสียน้ำไปเปล่า ๆ เวลาแปรงฟันควรใช้ขัน หรือแก้วรองน้ำไว้ดีกว่าเปิดน้ำไหลทิ้งไป เวลาล้างจานหรือซักผ้าก็เช่นกันไม่ควรเปิดน้ำทิ้งเป็นการสิ้นเปลืองน้ำที่สุดเสียไปโดยเปล่าประโยชน์นี้มีถึง 45 ลิตรต่อนาที และหากตรวจพบว่ามีก๊อกน้ำ หรือท่อประปารั่วควรรีบซ่อมแซมทันทีเพราะน้ำที่ไหลช้า ๆ เพียง 10 หยดใน 1 นาทีนั้น รวมเป็นน้ำได้ถึง 3,000 ลิตร ใน 1 ปี และการรณรงค์ช่วยกันประหยัดน้ำอีกวิธีหนึ่งมีผู้ให้ความเห็นว่า การขึ้นราคาค่า

น้ำประปาให้แพงมากขึ้น ๖ครใช้น้ำมากก็จ่ายมาก น่าจะเป็นวิธีที่ได้ผลที่สุด นอกจากนั้นการเลือกใช้เครื่องสุขภัณฑ์หรือการเลือกใช้สิ่งของอุปโภคบริโภค หรือน้ำยาซักล้างต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยให้ประหยัดน้ำสำหรับผู้มีอันจะกินก็น่าจะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยประหยัดน้ำได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่างน้ำยาซักผ้าบางชนิด ที่มีสูตรแนมน้ำด้วยสูตรไบโอดีเกรตเบิล (Biodegradable Formula) ที่สามารถถูกย่อยสลายในน้ำได้ตามธรรมชาติ

อย่างไรก็ตามแนวทางการแก้ไขปัญหาน้ำเหล่านี้ เป็นการแก้ไขในระดับชาติที่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นนักอนุรักษ์ นักวิชาการ นักเทคนิค องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน คงเป็นไปได้ถ้าเราจะฝ่าวิกฤตเรื่อง "น้ำไปได้" โดยผลกระทบหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับรัฐบาลเพียงฝ่ายเดียว มีทางออกที่ได้รับการเสนอจากหลาย ๆ ฝ่ายมากมาย เพื่อที่จะมุ่งแก้ปัญหาเรื่องน้ำ แต่วิธีที่น่าจะปฏิบัติเป็นอันดับแรกก็คือการที่ประชาชนทุกคน ตัวเราเองเกิดจิตสำนึกช่วยกันประหยัดน้ำ อนุรักษ์น้ำ หวนหันดูแลแหล่งน้ำของเรา โดยควรที่จะเริ่มเสียแต่บัดนี้

ดังนั้นคำกล่าวที่ว่า "กว่าเราจะรู้คุณค่าของสิ่งใด ก็ต่อเมื่อสูญเสียมันไป" นี้ดูเหมือนจะเป็นคำคมที่ใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงของสถานการณ์น้ำในบ้านเราขณะนี้เป็นอย่างมาก ด้วยเหตุที่ประเทศไทยเคยได้ชื่อว่าเป็นประเทศช้ำน้ำอู่น้ำ มีน้ำท่าอุดมสมบูรณ์มากมาย หลายคนจึงไม่เชื่อว่าเรากำลังประสบกับปัญหาวิกฤตการณ์น้ำ เนื่องจากข่าวที่ปรากฏตามหน้าหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่ออื่น ๆ ในช่วงนี้ก็ดี ล้วนแต่กล่าวถึงปัญหาภัยแล้งที่กำลังจะมาเยือนในปี 2537 นี้เอง ซึ่งความจริงภัยแล้งนั้นเคยเกิดขึ้นกับหมู่เกษตรกรไทยมานานเป็นสิบปีแล้ว โดยเฉพาะในฤดูแล้งช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายนของทุก ๆ ปี ข่าวที่เกิดขึ้นในครั้งนี้นี้จึงไม่ได้ทำให้ชาวนาชาวไร่แตกตื่นตกใจมากขึ้นไปกว่าเดิม เพราะเป็นเรื่องปกติธรรมดาของคนบ้านนอกไปแล้ว แต่สำหรับคนเมืองหลวงข่าวนี้นักลึกลับกลายเป็นข่าวใหญ่ที่อยู่ในความสนใจของผู้คน เพราะว่า "แล้งนี้เราจะไม่มึน้ำใช้" เนื่องจากน้ำในเขื่อนภูมิพลและเขื่อนสิริกิติ์ลดระดับลงจนเหลือปริมาณน้ำใช้งานได้เพียง 2,000 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งน้อยกว่าปีที่ผ่านมาถึง 3,300

ล้านลูกบาศก์เมตร ทำให้คนเมืองเริ่มต้นตัวและหันมาสนใจกับปัญหานี้ ทั้ง ๆ ที่ก่อนหน้านี้ก็เคยมีข่าวภัยแล้งรวมทั้งการรณรงค์เรื่องการใช้น้ำอย่างประหยัดแต่ก็ดูเหมือนว่าจะไม่ได้รับความสนใจเนื่องด้วยสำนึกที่ว่าเป็นเรื่องไกลตัว แต่เมื่อชาวกรุงเทพฯ ได้พบว่าปัญหาน้ำเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริงและไม่ใช่ปัญหาที่ไกลตัว รวมไปถึงภาครัฐและเอกชนก็เกิดความตื่นตัวในการรณรงค์เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว กอปรกับสื่อมวลชนต่าง ๆ ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการกระจายข่าวสารและความรู้มากขึ้น จากข้อมูลทางสถิติของการประปานครหลวง ในปี 2536 พบว่าการใช้น้ำของคนในกรุงเทพฯ มีปริมาณลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรณรงค์ประสบความสำเร็จพอควร

ดังนั้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของคนในเขตกรุงเทพฯ เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผล และอุปสรรคที่มีต่อระดับความรู้, ทัศนคติ และพฤติกรรมการรับข่าวสารที่ใช้ในการรณรงค์ จึงมีความสำคัญต่อการปรับปรุงแผนการรณรงค์การประหยัดน้ำของการประปานครหลวง รวมทั้งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการรณรงค์อื่น ๆ เพื่อสังคมต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ
3. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมทำให้ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ
4. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ปัญหาของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรและสังคมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความรู้ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำหรือไม่
2. ลักษณะทางประชากรและสังคมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำหรือไม่
3. ลักษณะทางประชากรและสังคมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการประหยัดน้ำหรือไม่
4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำหรือไม่
5. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำหรือไม่

สมมติฐานในการศึกษา

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการประหยัดน้ำแตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจะสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

5. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ

ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

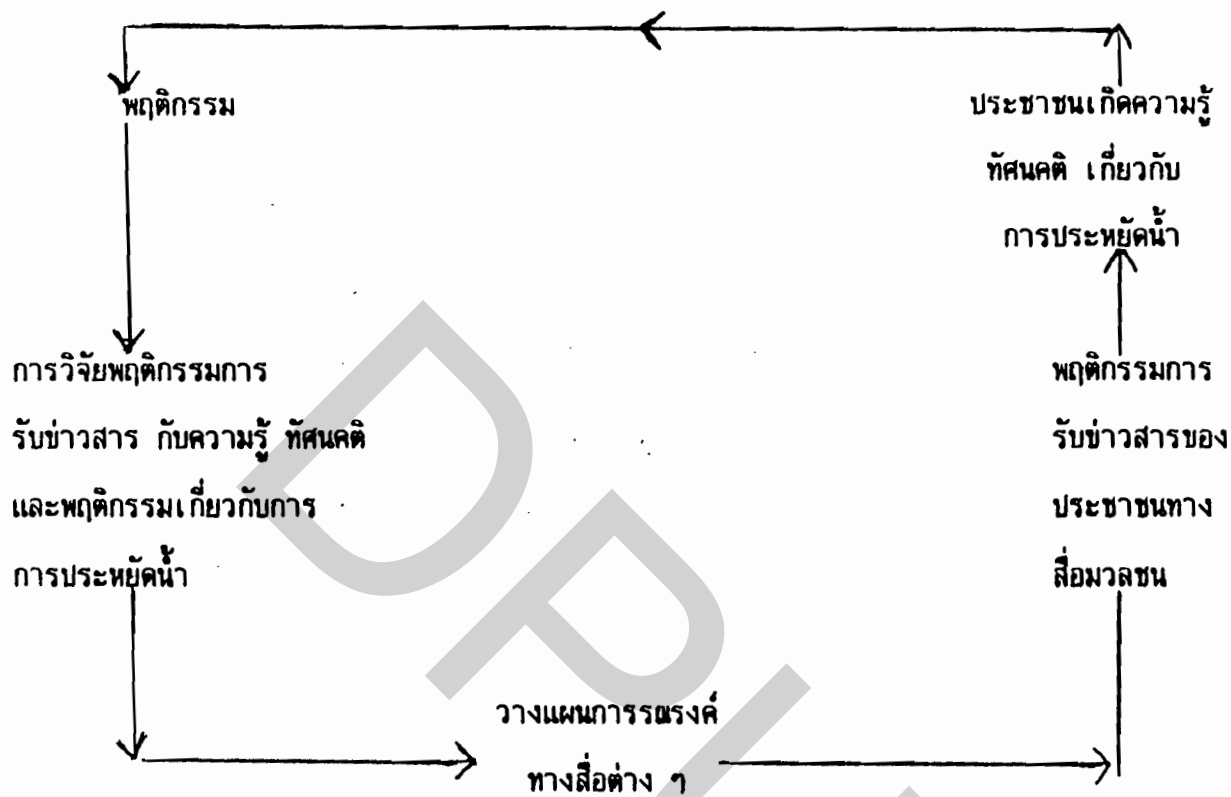
1. การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาประชาชนผู้ใช้น้ำในการอุปโภค-บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น
2. ศึกษาเฉพาะการสื่อสารการประหยัดน้ำของการประปานครหลวง เนื่องจากเป็นการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
3. การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อซึ่งมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ ทักษะ พฤติกรรม และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมและการให้ความร่วมมือในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ
4. ศึกษาเฉพาะประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
5. ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ และการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประหยัดน้ำ
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัย ที่มีความสำคัญต่อการรณรงค์การประหยัดน้ำ และทราบถึงอิทธิพลของสื่อ ว่าสื่อใดมีผลต่อการให้ความรู้ การสร้างทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องในโครงการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ ซึ่งจะได้นำผลการศึกษาวิจัยไปประกอบการวางแผน และการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการวางแผนรณรงค์เพื่อสังคมต่อไป

แผนภาพที่ 1

แบบจำลองการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์การรับข่าวสาร
กับความรู้ ทักษะ และเหตุการณ์เกี่ยวกับการประหยัคน้ำ



ความรู้ ได้แก่ การได้รับข่าวสารและการเปิดรับข่าวสาร
 ทักษะ ได้แก่ การเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยว่าควรจะประหยัคน้ำ
 เหตุการณ์ ได้แก่ การประหยัคน้ำด้วยตนเอง และชักชวนให้ผู้อื่น
 ปฏิบัติตาม

นิยามศัพท์

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึงประชาชนในกรุงเทพ-
 มหานครที่อาศัยอยู่ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ บางรัก วัฒนา
 คลองเตย หนองจอก ธนบุรี ภาษีเจริญ โดยมีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์และ
 สังคมดังนี้

- 1.1 อาชีพ หมายถึง
1. รับราชการ
 2. รัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัท/เสมียนห้างร้าน
 4. ค้าขายมีร้านค้า/มีธุรกิจส่วนตัว
 5. แม่บ้าน
 6. กรรมกร/หาบเร่/พ่อค้าแม่ค้า/รับจ้าง
 7. นักเรียน/นักศึกษา
 8. อื่น ๆ เช่น ผู้เกษียณอายุอยู่บ้าน
เฉย ๆ

- 1.2 การศึกษา หมายถึง
1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
 2. มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า
 3. ปวส./ปวท./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 5. สูงกว่าปริญญาตรี

- 1.3 อายุ หมายถึง
- | | |
|------------------|----------------|
| 1. ต่ำกว่า 20 ปี | 2. 21-25 ปี |
| 3. 26-30 ปี | 4. 31-35 ปี |
| 5. 36-40 ปี | 6. 41-45 ปี |
| 7. 46-50 ปี | 8. 50 ปีขึ้นไป |

- 1.4 เพศ หมายถึง
1. ชาย
 2. หญิง

2. สื่อต่าง ๆ หมายถึง ช่องทางการรับข่าวสาร แยกออกเป็น
1. สื่อมวลชน
 2. สื่อบุคคล
 3. สื่อเฉพาะกิจ

2.1 สื่อมวลชน

การสื่อสารมวลชน (mass communication) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่น

2 ประการคือ ประการแรก กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลายและมีลักษณะแตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันหรือเคยรู้จักกันมาก่อน ประการที่สอง สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนจะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วย การมองเห็น (visual transmitter) สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (audio transmitter) และสื่อที่สัมผัสได้ ทั้งด้วยการมองเห็นและการฟัง (audio-visual transmitter) สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนนี้ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารและวารสารทั่วไป

2.2 สื่อบุคคล

2.2.1 เจ้าหน้าที่การประปาหรือหลวง หมายถึง เจ้าหน้าที่ของการประปาหรือหลวง ซึ่งมีหน้าที่ในการรับชำระค่าน้ำประปา และเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านอื่น ๆ ของการประปาหรือหลวง

2.2.2 บุคคลอื่น ๆ หมายถึงบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่ได้เป็นเจ้าหน้าที่ของการประปาหรือหลวง ได้แก่ ข้าราชการอื่น ๆ ญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง เป็นต้น

2.3 สื่อเฉพาะกิจ

หมายถึง สื่อที่การประปาหรือหลวงจัดทำขึ้นเองเพื่อใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ เช่น ใบเสร็จรับเงินของการประปา สติกเกอร์ เป็นต้น

3. ความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ หมายถึง การรู้จักและเข้าใจในการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสามารถจดจำและระลึกได้

4. ทศนคติต่อการประหยัดน้ำ หมายถึงความเห็น ความรู้สึกที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนต่อการประหยัดน้ำ

5. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ลักษณะนิสัยของประชากรในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ และการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ จากสื่อประเภทต่าง ๆ ในที่นี้ได้แก่ สื่อมวลชน, สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

6. พฤติกรรมมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ หมายถึง การเข้าร่วมกิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องหรือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การสนับสนุนต่อการรณรงค์เช่นการใช้วิธีการใดที่ตนเองประหยัดน้ำ การโน้มน้าวใจผู้อื่น เป็นต้น

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ก. ทฤษฎีทางการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสาร

แนวคิดเรื่องผลของการสื่อสาร

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข. ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีทางการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญในสังคมปัจจุบัน เพราะการสื่อสารได้ช่วยทำให้เกิดผลสำเร็จนานับประการตั้งแต่ระดับบุคคล องค์กร ตลอดจนเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ ผลสำเร็จดังกล่าวอาจเรียกได้ว่า เป็นผลกระทบอันเนื่องมาจากการสื่อสารก็ได้¹

¹Ronald L. Applebaun and Others. Fundamental Concepts in Human Communication. (New York :: Harper & Row, 1973), p. 3.

ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)²

ในการสื่อสารเพื่อการรับรู้ นั้นเราจำเป็นต้องพิจารณาตัวแปร (Variable) หรือองค์ประกอบทางการสื่อสาร ดังนี้

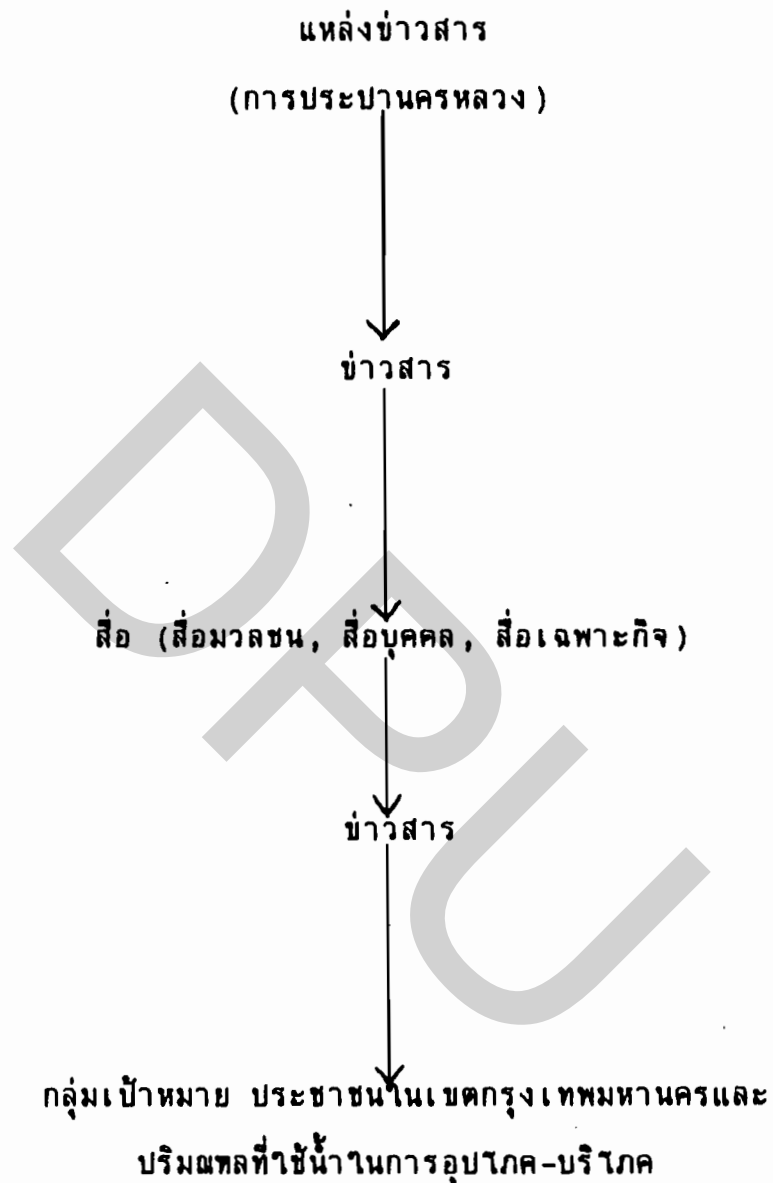
1. ผู้ส่งสาร (Communication Source) คือ แหล่งที่มาของข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลเพียงคนเดียว คณะบุคคล หรือองค์กรก็ได้ ผู้ส่งสารจะมีประสิทธิผลเพียงใดขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของแหล่งข่าวสารและยังมีปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม³

สำหรับการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ แหล่งข่าวสาร ได้แก่ การประสานครหลวงและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ตระหนักถึงปัญหาวิกฤตการณ์น้ำและทำหน้าที่รณรงค์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ปรากฏ

²ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพฯ ; รุ่งเรืองการพิมพ์, 2529), หน้า 17.

³Berlo K. David The process of Communication (New York : Helt, Rinchart and Winston, 1960), pp. 30-72.

แผนภาพที่ 2



2. สาร (Message) คือเนื้อหาสารที่ส่งออกไปจากผู้ส่ง ซึ่งอาจเป็นความคิดหรือเรื่องราวที่จะส่งไปตามสื่อ โดยสารแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะได้แก่ สัญลักษณ์ของสาร (Code or Symbol) เช่น คำวลีประโยค, เนื้อหาของสาร (Message Content) เช่นข้อความ บทสรุป ความคิดเห็นต่าง ๆ ของการเลือกและจัดลำดับข่าวสาร (Message treatment) เช่น การวิเคราะห์บทความต่าง ๆ

Hovland Lumsdaine and Sheffied⁴ ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของการเสนอเนื้อหาของสาร ทั้งสนับสนุน และคัดค้าน (Support and Opposition) สรุปผลได้ว่าผู้รับสารส่วนใหญ่ชอบที่จะรับสารทั้ง 2 ด้านมากกว่าที่จะรับสารเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่สำหรับผู้รับสารที่มีเจตนาเอียงทางด้านใดด้านหนึ่งอยู่แล้ว การเสนอข่าวสารด้านนั้นด้านเดียวจะได้ผลดีที่สุด ส่วนผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงมีความพอใจที่จะรับข่าวสารทั้ง 2 ด้าน จึงจะได้ผลดีกว่า ส่วนการรับข่าวสารใหม่ ๆ ที่ผู้รับสารไม่เคยมีทัศนคติอย่างใดมาก่อนและผู้รับสารนั้นมีการศึกษาค่าจะชอบด้านสนับสนุน

3. สื่อ (Channel) คือตัวกลางหรือพาหนะที่จะนำสารไปยังผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารประเภทใด ข่าวสารจะต้องถูกผ่านไปตามช่องทางหรือสื่อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะได้แก่ (1) วิธีการส่งรหัส และถอดรหัสข่าวสาร เช่นการถ่ายทอดเป็นภาพหรือเสียง (2) พาหนะที่นำข่าวสาร เช่น แผ่นกระดาษ ภาพ ม้วนเทปบันทึกภาพ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น (3) ตัวที่นำพาหนะนั้นไป เช่น อากาศที่พาคลื่นเสียงไปกระทบหูฟัง เป็นต้น

ในปัจจุบันได้มีการใช้ช่องสารมวลชนและช่องสารระหว่างบุคคลในการรณรงค์ เพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ ในทางทฤษฎีนั้นสื่อมวลชนมีประสิทธิภาพมากในขั้นของการให้ความรู้ และทำให้เกิดความตระหนัก ส่วนสื่อระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพสูงในการจูงใจ ดังนั้น จึงต้องเลือกใช้สื่อที่มีลักษณะต่าง ๆ กันตามขั้นตอนที่เหมาะสมหรือใช้สื่อหลาย ๆ อย่างไปพร้อมกัน⁵ ช่องทางในการสื่อสารจึงจะเกิดประสิทธิผล

⁴C.I. Hovland, A.A. Lumsdaine and F.D. Sheffield, Experiments on Mass Communication : Studies in Social Psychology in World War II, Vol.3 (New Jersey, Princeton University Press, 1949), pp. 201-227.

⁵เสถียร เขยประดับ, สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ (กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526), หน้า 100-102.

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลที่เป็นจุดหมายปลายทาง ของ ข่าวสารที่ส่งออกไปโดยผู้รับสารจะรับรู้ข่าวสารด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า แล้วถอดรหัสส่งไปตีความ สำหรับลักษณะของผู้รับสารอาจเป็นบุคคลคนเดียว เป็นกลุ่มหรือ มวลชนก็ได้ ซึ่งการรับสารจะมีประสิทธิภาพเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะของผู้รับสาร ระดับความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่ศึกษาในที่นี้ได้แก่ การศึกษา เพศ อายุ อาชีพ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม และจะนำตัวแปรเหล่านี้มาวิเคราะห์ เพื่อหาความสัมพันธ์เกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายกับการรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำอันเนื่องมาจากผลทางการสื่อสาร (Communication effect) การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ จึงเป็นการสำรวจพฤติกรรมการรับข่าวสารว่าด้วยเรื่องของการประหยัดน้ำของกลุ่มเป้าหมาย จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เนื่องจากภาวะน้ำอยู่ในขั้นวิกฤติ ทำให้การประปา นครหลวงและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ได้เร่งระดมการให้ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้อง เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนน้ำที่กำลังจะเกิดขึ้น ผลการศึกษาในครั้งนี้จะนำไปปรับปรุงในด้านการณรงค์ให้มีประสิทธิผลมากที่สุดต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสาร

ในการรับข่าวสารต่าง ๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย^๕

^๕พีระ จิรโสภณ, "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน," ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), หน้า 636-640.

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure of Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึคนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้นก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจ หรือความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า Cognitive dissonance

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Selective interpretation) คือเมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้วก็จะตีความหมาย ความเข้าใจ ทัศนคติ ประสพการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย สภาวะทางอารมณ์ และจิตใจ

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือบุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง บุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่

- ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อนไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น
- ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน
- ประโยชน์ใช้สอย (Self aggrandizement) โดยรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตน อาจจะได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสบายใจ
- สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้นชี้นำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวนั้น ๆ เช่น คนคูโทรศัพท์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลาเพียงแต่จะเปิดรับสื่อใดอย่างนั้น ก็ด้วยปัจจัยที่กำหนดคือ⁷

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่พวกเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ ในการเลือกรับข่าวสารต่าง ๆ ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ได้แก่⁸

1. ประสบการณ์ ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

⁷ วิชาญ เรือน กิติวัฒน์, "แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสาร", ใน พลศาสตร์ของการสื่อสาร หน่วยที่ 2 (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมมาธิราช, 2531), หน้า 23-26.

⁸ Wilbur Schramm, "Channels and Audiences," in Handbook of Communication (Chicago : Ran McNally collage Publishing company, 1973), pp. 121-122.

2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างไรอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกาย และจิตใจ ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้ม้นำจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

องค์ประกอบดังกล่าว ถือว่าเป็นองค์ประกอบทางด้านจิตใจ ซึ่งยังมีองค์ประกอบทางด้านสังคมที่สามารถสร้างประสบการณ์ กลุ่มเกลา บล็อกฝังความคิด ทัศนคติ ความรู้ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้รับข่าวสาร ได้แก่สภาพแวดล้อมของผู้รับสาร กลุ่มอ้างอิงหรือบุคคลที่ผู้รับสารเกี่ยวข้องสัมพันธ์ด้วย วัฒนธรรมประเพณีที่กำหนดให้บุคคลมีความเชื่อ ค่านิยมต่าง ๆ กัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่นความแตกต่างของเพศ อายุ อาชีพ เป็นต้น

ดังนั้น การรับรู้ข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครก็เช่นกัน ก็จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบในด้านกายภาพ จิตใจ และสังคม สภาพแวดล้อมของครอบครัว ปัญหาทางเศรษฐกิจ เพื่อนร่วมงาน ซึ่งจะมีส่วนผลักดันให้มีความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารต่างๆ ที่แตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะเปิดรับสื่อใดอย่างใรนั้นก็ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังได้กล่าวมา

ชาแรมม์ (Wilbur Schramm) ให้ความเห็นว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา⁹

ชาร์ลส์ อัทคิน (Charles K. Atkin) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัย ทัศนคติการณกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย¹⁰

คอลิน เชอรี (Colin Cherry) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแข่งขันข่าวสาร (An Act of Sharing) กันนั่นเอง และการแข่งขันข่าวสารระหว่างกันนี้ จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน¹¹

⁹Wilbur Schramm. Men, Messages and Media : A look at Human Communication. (New York : Harper & Row Publisher, 1973).

¹⁰Charles K. Atkin. New Model For Mass Communication Research (New York : The Free Press, 1973).

¹¹Colin Cherry on Human Communication : A Review, A Survey and A Criticism. New York : Holt Rimehart & Winston, 1978.

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสารสะท้อนให้เห็นว่า หากการประปา นครหลวงมีการส่งข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัคน้ำที่เข้าถึงความต้องการของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมากเท่าใด ก็น่าจะทำให้ประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครเกิดความรู้อยู่ ความเข้าใจและมีทัศนคติ รวมทั้งมีพฤติกรรมที่ดีต่อ การประหยัคน้ำมากเท่านั้น

อย่างไรก็ตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จะต้องผ่านการเลือกสรรเพื่อรับสารที่ตรงตามความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของแต่ละบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งผู้ ศึกษาต้องการศึกษาในครั้งนี้อยู่

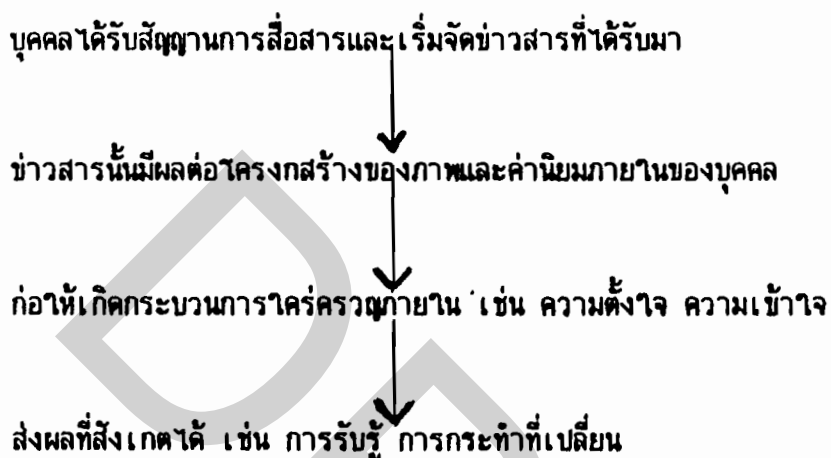
แนวคิดเรื่องผลของการสื่อสาร

การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชนต่างมีจุดมุ่งหมาย เหมือนกัน คือ ก่อให้เกิดความร่วมมือในด้านความรู้ ความคิด ทัศนคติ ระหว่าง แหล่งสารและผู้รับสาร ซึ่งผลของการสื่อสารจะเกิดขึ้นระหว่างที่บุคคลมีการเปิด รับสัญญาณทางการสื่อสาร และมีการกระทำออกมาโดยบุคคลจะแปลประสบการณ์ที่ เก็บไว้ในระบบประสาทส่วนกลาง หลังจากที่มีสัญญาณแบ่งได้ดังนี้¹²

¹²Wilbur Schramn. Op. cit. p. 21.

แผนภาพที่ 3

แสดงกระบวนการเกิดผลของการสื่อสาร



ผล (Effect) ของการสื่อสารหมายถึง การเปลี่ยนแปลงข้อแตกต่าง (Change or Discrepancy) ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นเนื่องมาจากข่าวสาร (Message) ที่ได้รับจากข่าวสาร ซึ่งอาจจะมาจากบุคคลหรือสื่อมวลชนต่าง ๆ

โรเจอร์ส (Rogers) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารมีผลต่อบุคคลที่สำคัญ 3 ประการคือ¹³

¹³บุญเลิศ ศุภคิลก, การสื่อสาร : โครงสร้างและหน้าที่ในสังคม (กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523), หน้า 16.

1. ผลต่อความรู้ความเข้าใจ (Cognitive and Comprehensive)
2. ผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น ทศนคติและค่านิยม
(Opinion, Attitude and Value Change)
3. ผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior or Action Changing)

ผลของการสื่อสารจะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็จะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่จะกระทำต่อเรื่องนั้น วนที่ สุด

อย่างไรก็ตาม ผลของการสื่อสารอาจมีประสิทธิภาพเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการได้แก่¹⁴

1. ปัจจัยของผู้สื่อสาร ซึ่งมีปัจจัยอยู่ 4 ประการ วนส่วนของผู้ส่งสารที่จะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสาร คือ ทักษะในการสื่อสาร ทศนคติ ความรู้ สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ

2. ปัจจัยของผู้รับสาร คนเราสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร วนขณะหนึ่งเป็นผู้ส่งสาร วนอีกขณะหนึ่งเป็นผู้รับสาร ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของผู้รับสารจึงประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร ทศนคติ ความรู้ และสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม

3. ปัจจัยของสาร ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดประสิทธิภาพของสาร และประสิทธิภาพของการสื่อสารมี 3 ประการ คือ รหัสสาร (Message Code) เนื้อหาสาร (Message Content) และการจัดการ (Message treatment)

4. ปัจจัยของสื่อ สื่อเป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสาร และผู้รับสารเข้าด้วยกันทำให้ผู้ส่งสารทำการสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ วนการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารจำเป็นต้อง

¹⁴ Maxwell Mccombs and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (N.Y. : Prentice Hall, 1979,) pp. 75-76.

มีสื่อ และเลือกใช้สื่อเพื่อนำสารไปสู่ผู้รับสาร ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพของการสื่อสาร เช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่น ๆ การเลือกใช้สื่อย่อม สามารถที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่ เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะมาก ในทาง ตรงข้ามหากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร ประสิทธิภาพ ของการสื่อสารก็น้อยเพราะฉะนั้นเพื่อที่จะให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผล สิ่งที่ผู้ส่ง สารควรคำนึงถึงปัจจัยของสื่อดังกล่าว

ดังนั้น ในเรื่องของการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำนั้น เป็นการสื่อสารไปยังกลุ่มประชาชนทั่วไป เพื่อให้ตระหนักถึงปัญหาการขาดแคลน น้ำและคุณค่าของน้ำและยังเป็นการสร้างจิตสำนึกให้เกิดขึ้นยังกลุ่มประชาชนทั่วไป ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูลการรณรงค์ในการประหยัคน้ำโดยผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ จึงเป็นการกระทำที่มุ่งก่อให้เกิดผลทั้ง 3 ประการคือ สร้างความรู้ ความเข้าใจ และก่อให้เกิดทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการประหยัคน้ำเพื่อการนำไป ปฏิบัติให้เป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสามารถเผยแพร่ไปยังผู้อื่นต่อไป

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรและสังคม

ความแตกต่างในด้านประชากร และสังคมของมนุษย์ในสังคมมีอยู่มาก มายด้วยกัน แต่ในงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงหรือนำมาเฉพาะเท่าที่มีการศึกษากันแพร่ หลาย ความแตกต่างในด้านประชากรและสังคมที่จะนำมาซึ่งความแตกต่างในด้าน อื่น ๆ นั้น มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ความแตกต่างในเรื่องของเพศ จากการศึกษาทัศนคติของครูผู้ชายกับ ครูผู้หญิงที่มีต่อการสอน เพศศึกษา พบว่า ครูผู้ชายมีทัศนคติที่ดีมากกว่าครูผู้หญิง¹⁵

¹⁵ อดวัลย์ รักศีล, "ทัศนคติของผู้ปกครองนักเรียน และครูโรงเรียนราษฎร์ ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญใน กทม. ที่มีต่อการนำเพศศึกษามาสอน ในโรงเรียน," วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2522, หน้าบทคัดย่อ.

หรือจากการศึกษาการใช้เวลาของนักเรียนหญิงกลับพบว่า นักเรียนหญิงทำการบ้านและทบทวนบทเรียนมากกว่านักเรียนชาย นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Janis และ Field (1966) พบว่า เพศหญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย¹⁶ สำหรับการวิจัยเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่า เด็กชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่เด็กหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด¹⁷ และจากการวิจัยผลของการจำข่าวพบว่า ผู้อ่านข่าวชายและหญิงมีผลต่อการจำข่าว และความเชื่อถือข่าวของผู้ฟังชายและหญิงด้วย¹⁸ ทั้งหมดพอสรุปได้ว่า ลักษณะความแตกต่างทางเพศนั้น มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ความสนใจ และการจดจำข่าวสารข้อมูล

¹⁶ Irving L. Janis and Peter B. Field, "Sex Differences and Personality Factors Related to Persuasibility," Personality and Persuasibility. Edited by Carl I Hovland and Irving L. Janis (New Haven and London : Yale University Press), 1966.

¹⁷ ปุทธิพัทธ์ กระแสอินทร์ "อิทธิพลของภาพยนตร์โทรทัศน์ต่อพฤติกรรมเด็กวัยรุ่น" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2509, หน้าบทคัดย่อ

¹⁸ Pornthip Pimolsindh, "The Effects of the Use of Male and Female Radio News Announcers on the Comprehension and Credibility of the News," Master Thesis, Eastern New Mexico University, 1974.

ความแตกต่างในเรื่องของอายุ จากการศึกษาของ C. Maple¹⁹ และ I.L. Janis and D. Rife²⁰ ได้ผลสรุปว่า การชักจูงจิตใจ หรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น ยิ่งกว่านั้น ยังมีการศึกษาพบว่า คนหนุ่มสาวนั้นจะเป็นผู้ที่ยึดถืออุดมการณ์ มองโลกในแง่ดี และจิตใจไม่มั่นคงมากกว่าคนแก่ ในขณะที่คนแก่จะมีความเป็นคนหัวรั้นและมีความระมัดระวังสูงกว่าคนหนุ่มสาว²¹ และจากการศึกษาของ Freedman (1961) พบว่า คนที่มีระดับอายุต่างกันมีทัศนคติที่แตกต่างกันด้วย โดยผู้ที่มีอายุน้อยจะมีการเรียนรู้และทัศนคติในระดับสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก กล่าวโดยสรุปได้ว่า อายุของผู้รับสารจะมีอิทธิพลกับการสื่อสารไม่มากนักน้อย ซึ่งอาจออกมาในรูปของความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการรับข่าวของผู้รับสาร

ความแตกต่างทางด้านการศึกษา การศึกษาเป็นตัวแปรสำคัญต่อประสิทธิภาพการสื่อสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่การอ่านออกเขียนได้ก็จะต้องมีการศึกษาระดับหนึ่ง การมีความรู้ความเข้าใจคำศัพท์หรือคำพูดบางประโยคก็อาจต้องการความรู้อีกระดับหนึ่ง หรือสาขาวิชาที่จบมาก็มีอิทธิพลที่ทำให้บุคคลมีความรู้ความเข้าใจ ความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งต่างกัน มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องที่ยืนยันว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป เช่นบุคคลที่ยังมีการศึกษาสูงก็ยังคงมีความสนใจข่าวสารกว้างขวาง

¹⁹C. Maple, "The Comparative Susceptibility of Three age levels to the Suggestion of Group Versus Expert Opinion," *Journal of Social Psychology*, 4 1933. pp. 176-187.

²⁰I.L. Janis and D. Rife, "Persuasibility and Emotional Disorder," Personality and Persuasibility, Hovland and I.L. Janis, "ed". New Haven : Yale University Press, 1959, pp. 121-137.

²¹M. Burgoon and M. Ruffner, op.cit pp. 21.

แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ จะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ หรือผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น²² นอกจากนี้ E. Hyock Kwan²³ ได้ทำการวิจัยพบว่า สตรีชาวเกาหลีที่มีการศึกษาสูง มีทัศนคติต่อการวางแผนครอบครัว และการเรียนรู้วิธีต่าง ๆ ตลอดจนการรับมาปฏิบัติมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

ความแตกต่างของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม งานวิจัยนี้หมายถึง อาชีพ รายได้ ชาติพันธุ์ ภูมิหลัง มีรายงานวิจัยหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของคน เช่น จากการศึกษาถึงความทะเยอทะยานของเด็กวัยรุ่นไทย ที่มาจากครอบครัวชั้นกลาง และชั้นต่ำ พบว่าผู้ที่มาจากครอบครัวชั้นกลางมีความทะเยอทะยาน มีความสนใจตนเองและผู้อื่น มีความต้องการจะเห็นสังคมเจริญและมีส่วนช่วยให้สังคมเจริญขึ้น มากกว่าผู้ที่มาจากครอบครัวชั้นต่ำ²⁴ จากการศึกษาของ Sheriff พบว่า บุคคลที่มีตำแหน่งในสังคมสูงจะมีการปฏิเสธข้อมูล หรือข่าวสารที่ได้รับมากกว่าบุคคลที่มีตำแหน่งในสังคมต่ำกว่า เพราะฉะนั้นตำแหน่งหรือบทบาทในสังคมที่แตกต่างกัน

²²ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526), หน้า 109-110.

²³E. Hyock Kwan et al, A Study on Urban Population Control Sungdong on Action Research Project on Family Planning and Fertility, (Korea : College of Medicine and School of Public Health, Seoul National University, 1967)

²⁴ราตรี เทพหัสดิน ณ อยุธยา, "การศึกษาเปรียบเทียบความทะเยอทะยานของเด็กวัยรุ่นไทยที่มาจากครอบครัวชั้นกลางและชั้นต่ำ," วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2514, หน้าบทคัดย่อ.

น่าที่จะมีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธข้อมูลที่ได้รับแตกต่างกัน นอกจากนี้ ลักษณะ มนธาตุผลิต 2523²⁵ ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับสัมฤทธิ์ผลของการอ่านเอกสารเผยแพร่ เรื่อง อนามัยครอบครัวพบว่าเอกสารเผยแพร่ เป็นประโยชน์และได้ผลสัมฤทธิ์ เฉพาะผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจสูงและเฉพาะผู้ที่อ่านบ่อยครั้งเท่านั้น

จากที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดเกี่ยวกับผลงานวิจัยของนักวิชาการด้านต่างๆ ที่แสดงให้เห็นถึง นัยสำคัญของความแตกต่างด้านประชากรและสังคม ที่มีผลไปสู่ ความแตกต่างในหลายๆ แง่มุมไม่ว่าจะเป็น ประเภทของสื่อ หรือสารความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมมารับข่าวสาร ฯลฯ ดังนี้แล้ว จึงนำมาซึ่งจุดสนใจของ การทำวิจัยนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ทัศนคติและพฤติกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

การรับรู้ทางการสื่อสารและการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เกือบจะเป็นไปไม่ได้เลย ที่จะกล่าวถึงการสื่อสารโดยไม่กล่าวถึงการเรียนรู้²⁶ การสื่อสารเป็นผลมาจากการเรียนรู้ และการเรียนรู้ก็เป็นผลอย่าง หนึ่งของการสื่อสาร

²⁵ลักษณะ มนธาตุผลิต, "การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐาน ด้วยเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัวกับความสัมฤทธิ์จากการให้เอกสาร เผยแพร่," วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

²⁶Hadley Read, Communication ; Methods for All Media (urbana : University of Illinois Press, 1972), p. 34.

นักสังคมศาสตร์หลายท่านได้แนะถึงหลักการเรียนรู้บางประการ ซึ่งจะ
เป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการสื่อสาร กล่าวคือ

1. บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการ
ศึกษาเรื่องราวใด ๆ ก็ตาม จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
เป็นต้นว่า คนหนุ่ม-สาวจะเรียนรู้ได้เร็วและง่ายกว่าคนแก่ คนฉลาดเข้าใจข่าวสาร
ที่ซับซ้อนได้ง่ายกว่าคนโง่ เป็นต้น

2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์ โดยทั่วไป
แล้วการสรรเสริญ จะให้ประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการทำโทษ แต่บาง
ครั้งการทำโทษก็จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ดี เช่นเดียวกันถ้ามีการกระตุ้นให้
เกิดการตอบสนองทางอารมณ์อย่างรุนแรง เนื่องจากคนเรามักจะเรียนรู้ภายหลังจาก
ที่ได้รับความสะดวกสบาย

3. การแสดงให้เห็นว่าควรทำอย่างไรดีกว่าการบอกเฉย ๆ เพราะ
การแสดงวิธีการให้ผู้รับได้เห็นว่าจะควรทำอย่างไร เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการทำให้การ
เรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน

4. ทักษะที่ผู้รับมีต่อผู้ส่งสาร จะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย

5. ความจำมีความสัมพันธ์กับความหมั่นสา เรามักจะจำและมีการตอบ
สนองต่อข่าวสารที่ได้รับสด ๆ และการให้ข่าวสารซ้ำ ๆ กันจะก่อให้เกิดการจดจำ
และเก็บสารนั้นไว้

6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ คนเราจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อ
ได้มีการทดลองทำ

7. การนำเสนอด้วยวิธีที่แปลกใหม่ ที่เป็นการกระตุ้นให้เกิดการตอบ
สนองทางอารมณ์สูง จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการนำเสนอ
ด้วยวิธีธรรมดา ๆ²⁷

²⁷Bloom S. Benjamin, et al, Taxonomy of Educational Objective, Handbook I ; Cognitive Domain (New York, 1956)

Benjamin S. Bloom ได้กล่าวถึงความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ว่ามีองค์ประกอบ 6 ประการคือ

1. ความรู้ (Knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำ และระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งเป็น
 - ก. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
 - ข. ความรู้เกี่ยวกับกลวิธี และการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
 - ค. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้าง
2. ความเข้าใจ (comprehensive) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญา และทักษะเบื้องต้น แบ่งเป็น
 - ก. การแปลความ คือ แปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกรูปแบบหนึ่ง โดยรักษาความหมายได้ถูกต้อง
 - ข. การตีความ คือ ขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นในรูปแบบใหม่
3. การนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วนเป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำข้อมูลและแนวความคิดมาประกอบกัน แล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creating) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม
6. ระดับของการประเมินผล (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมและวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยถือเกณฑ์ความสามารถในการเรียนรู้ใน 2 ลักษณะ คือ ความรู้และความเข้าใจจากการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

Patrick Mevedith²⁸ ได้พูดถึงความรู้ (knowing) จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 อย่างคือ ความเข้าใจ และการคงอยู่ (Understanding and Retaining) เพราะความรู้ หมายถึง การที่สามารถจำได้ถึงบางสิ่งบางอย่างซึ่งเราเข้าใจมาแล้ว

ดังนั้นเมื่อกลุ่มเป้าหมายซึ่งทำการศึกษาวิจัยได้อ่านได้รับชมหรือฟังสารเพื่อชักจูงใจให้ตระหนักถึงปัญหาและคุณค่าของน้ำ รวมไปถึงการสร้างจิตสำนึกในเรื่องการใช้น้ำอย่างประหยัดด้วยวิธีการต่าง ๆ แล้วก็จะเกิดความเข้าใจและจดจำในเนื้อหานั้น ๆ ด้วย โดยที่แม้อาจไม่ครอบคลุมทั้งหมด แต่การรับรู้บ่อยครั้งหรือย้ำก็จะทำให้ผู้รับสารได้ข้อมูลต่าง ๆ โดยไม่รู้ตัว

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

ความหมายของทัศนคติ

นอร์แมน แอล มัน (Norman L. Mun) : ความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด²⁹

²⁸ Patrick Mevedith, Learning Remembering and Knowing (London : The English University Press, Ltd., 1961), p. 10.

²⁹ Mun L. Norman, Introduction to Psychology (Boston : Houghton Muffin Co., 1971), p. 77.

คาร์เตอร์ วี. กู๊ด (Carter V. Good) : ทัศนคติ คือความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ที่จะเป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคลหรือสิ่งใด ๆ³⁰

ดร. เสรี วงษ์มณฑา : ทัศนคติคือความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติประกอบไปด้วยความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม³¹

กอร์ดอน ออลพอร์ต (Gordon W. Allport) : เป็นภาวะทางจิตซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะโต้ตอบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง³²

โดยสรุปทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ความเชื่อ ทำที่ความรู้สึกและความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น และต่อสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ทัศนคติมีผลทำให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่า ทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรมดังที่ การ์ดเนอร์ ลินเซย์ (Gardner Lindzey) และ เอลเลียท อาร์สัน (E lliot Arson) เชื่อว่าทัศนคติเป็นพลังสำคัญให้คนเราแสดงพฤติกรรม³³

³⁰Carter V. Good, Dictionary of Education, (New York : McGraw-Hill Book Co., Inc., 1959), p. 48.

³¹ดร. เสรี วงษ์มณฑา, "บทบาทของการสื่อสารในกระบวนการสังคมการณ์," หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 12, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), หน้า 685.

³²พรพิมล วรวิฑูรทพงศ์, "ทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ," จิตวิทยาสังคมร่วมสมัย (เชียงใหม่ : โครงการตำรามนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2527), หน้า 8.

³³Lindzey Gardner and Arson Elliot, The Handbook of Social Psychology 3rd ed. (New York : Addison Wesley Publishing Co., 1969), p. 271.

องค์ประกอบของทัศนคติ

ซิมบาโด และเอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen) กล่าวถึง องค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการคือ³⁴

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกรู้สึก (The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้นเป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกรู้สึก

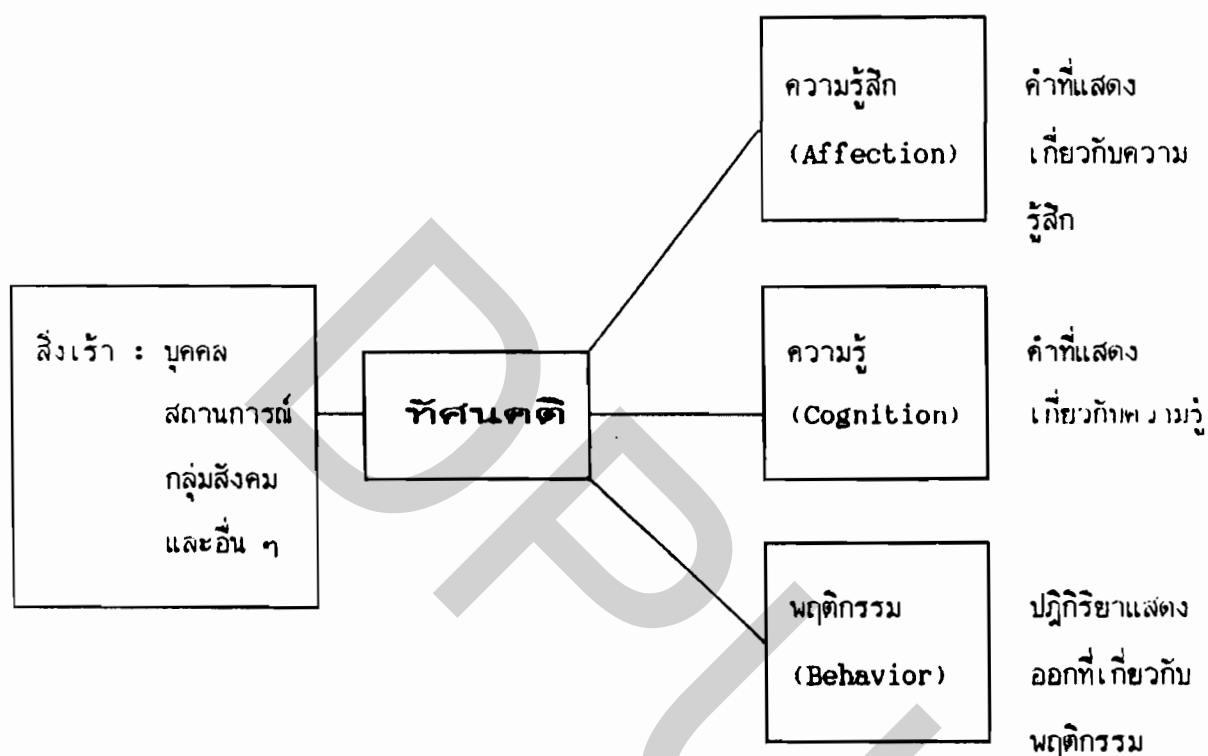
มิลตัน โรเซนเบิร์ก และคาร์ล ฮอฟแลนด์ (Milton J. Rosenberg and Carl I. Hovland) ได้เสนอรูปแบบแผนภูมิขององค์ประกอบของทัศนคติ ดังนี้³⁵

³⁴ นันทิรัตน์ อยู่พูล, "ทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานครต่อการโฆษณาของธนาคารพาณิชย์ผ่านสื่อมวลชน", (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสาร และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531), หน้า 32.

³⁵ ประภาเพ็ญ สุวรรณ, ทัศนคติ ; การวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อนามัย (กรุงเทพ : ไทยวัฒนาพานิช, 2520), หน้า 5.

แผนภาพที่ 4

องค์ประกอบของทัศนคติ



การเกิดของทัศนคติ (Attitude Formation)

การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งจะเกิดทัศนคติขึ้นได้นั้น ชาร์ลส์ ฟอสเตอร์ (Charles R. Foster) ได้สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับการเกิดของทัศนคติว่าขึ้นอยู่กับมูลเหตุ 2 ประการคือ³⁶

³⁶ Charles R. Foster, Psychology for Life Adjustment (Chicago : American Technical Society, 1952), p. 119.

1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีกับสิ่งของบุคคลหรือสถานการณ์ ก่อให้เกิดทัศนคติในตัวบุคคลจากการที่ได้พบเห็น คั่นเคย ทดลอง อันถือได้ว่าเป็นประสบการณ์โดยตรง (Direct Experience) นอกจากนั้นประสบการณ์โดยอ้อม (Indirect Experience) ซึ่งเกิดจากการได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็น หรือได้อ่านเกี่ยวกับสิ่งนั้น แต่ไม่ได้พบเห็นหรือทดลองกับของจริงด้วยตนเองก็ทำให้เกิดทัศนคติได้เช่นกัน

2. ค่านิยมและการตัดสินค่านิยม เนื่องจากแต่ละกลุ่มชนมีค่านิยมและการตัดสินค่านิยมต่อสิ่งเดียวกันที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ค่านิยม หรือมาตรฐานของกลุ่มที่บุคคลนั้นร่วมใช้ชีวิตอยู่

ทัศนคติเกิดจากแหล่งต่าง ๆ ที่สำคัญดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เราเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นจะทำให้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่น ซึ่งมีผลต่อทัศนคติได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้โดยชั้นแรก เมื่อมีเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลนั้นจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ชั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของทัศนคติ

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น สถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาและช่วยสนับสนุนให้เกิดทัศนคติได้

เมื่อพิจารณาแหล่งกำเนิดของทัศนคติ จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่า การสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดทัศนคติไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารกับบุคคล สิ่งที่เป็นแบบอย่างหรือการเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็ต้องมีการสื่อสารเป็นตัวแทรกอยู่เสมอ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมสำคัญอย่างมากที่มีผลให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ขึ้นมาได้

ในการให้ความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำทางสื่อต่างๆ ไปยังประชาชน ก็เช่นกัน ก็จะทำให้ผู้รับสารเกิดทัศนคติต่อการรับรู้ข่าวสารเหล่านั้น แต่จะมีในด้านบวกหรือลบก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความนึกคิดของแต่ละบุคคลอันจะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลต่าง ๆ ต่อไป

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change) เฮอร์เบิร์ต เคลแมน (Herbert C. Kelman) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในแง่ของกระบวนการที่เกิดขึ้น เขาเชื่อว่าทัศนคติอย่างเดียวกันอาจเกิดขึ้นในตัวบุคคลด้วยกระบวนการที่แตกต่างกันได้ เขาแบ่งกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลไว้ 3 ประการคือ³⁷

1. การยินยอม (compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อเขาและเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความพึงพอใจ จากบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่เขายอมทำตามสิ่งที่อยากทำให้เขาทำนั้นเพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัล หรือการยอมรับ ทัศนคติที่เกิดขึ้นจากกระบวนการยินยอมนี้ อธิบายได้ในแง่ของการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคม

จำนวนทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปจากกระบวนการยินยอมมี ขึ้นอยู่กับความสำคัญของผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากการยอมทำตามนั้น ๆ จึงอาจกล่าวได้ว่าการยอมทำตามนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งพลังที่ผลักดันให้บุคคลยอมทำตามนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความมาก-น้อย หรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ เคลแมน กล่าวว่าบุคคลจะยอมทำตามในบางสิ่งบางอย่างก็ต่อเมื่อ

³⁷Kelman C. Herbert, "Compliance, Identification and Internalization : Three Process of Attitude Change," Attitude Theory and Measurement, (New York : John Wiley and Sons, Inc., 1967), pp. 469-471.

เขาอยู่ในภาวะที่มีอิทธิพลจะบังคับเขาได้ ดังนั้นการคาดหวังว่าบุคคลจะเกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติที่ถาวร จากการยินยอมนี้ย่อมเป็นไปไม่ได้

2. การเลียนแบบ (Identification) เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นและเป็นผลมาจากการที่เขาต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พึงพอใจระหว่างตัวเขากับบุคคลหรือกลุ่มอื่น ความสัมพันธ์นี้อาจออกมาในรูปการรับเอาบทบาททั้งหมดของบุคคลหรือกลุ่มมาเป็นของตน และ/หรือเปลี่ยนแปลงบทบาทซึ่งกันและกัน บุคคลจะเชื่อในสิ่งที่เขารับมาหรือปฏิบัตินั้นเกี่ยวกับความต้องการที่อยากจะให้เกิดสัมพันธภาพตามที่ต้องการ ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบนั้น กล่าวอีกนัยหนึ่งการเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งผลักันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความดึงดูดใจ (Attractiveness) ของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของแหล่งข่าว

เคลแมน อธิบายว่าเมื่อบุคคลยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยเข้ากระบวนการเลียนแบบแล้ว บุคคลนั้นมีแนวโน้มจะกระทำสิ่งดังกล่าวเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่จะดำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพบางอย่างในสังคม กล่าวอีกนัยหนึ่งคือทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไป ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะคงไว้ซึ่งสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในสังคม

3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่าเนื่องจากสิ่งนั้นตรงกับความต้องการภายในและค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยกระบวนการนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่เขามีอยู่เดิม ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรายละเอียดของพฤติกรรมนั้น ๆ

ฮาร์วี และบีเวอร์ลี (Harvey and Beverly) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพเชื่อฟังผู้มีอำนาจ พบว่าบุคคลที่มีบุคลิกเชื่อผู้ที่มีอำนาจสูงจะมีระดับความเชื่อถือสูงกว่าบุคคลที่มีลักษณะเชื่อผู้มีอำนาจต่ำ แต่ระดับความถูกต้อง (Degree of Accuracy) ของผู้ที่มีบุคลิกเชื่อผู้มีอำนาจต่ำจะแน่นอนกว่า นอกจากนี้ยังได้ศึกษาพบว่า ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปจากการสื่อสารที่ได้รับจากแหล่งของข่าวสารนั้น (Source of Message) มิใช่จากข่าวสารหรือข้อความที่บรรจุอยู่ในเนื้อหาในตัวของมันเอง^{๖๘}

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้นมีอยู่ 2 ประเภทคือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย แต่ถ้าทัศนคติไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นทางลบด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบิลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะเปลี่ยนไปทางตรงกันข้าม

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางเดียวกัน จะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า มันคงกว่า คงที่กว่า ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปคนละทาง ซึ่งทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี วิธีหนึ่งคือการทำที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนั้นอาจจะมาจากสื่อบุคคล สื่อกลุ่ม และสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนี้อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติด้านความรู้ หรือการรับรู้ (Cognitive component) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็มีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบด้านอารมณ์ Affective component) และส่วนประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า

^{๖๘}วิชชุ สุวรรณเพิ่ม, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แสงจันทร์, 2533), หน้า 86.

หากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำในระดับที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีทัศนคติหรือแนวโน้มของพฤติกรรมมีความแตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนค่านิยม (Value) ของบุคคล แต่มาจากการเปลี่ยนแปลงของการยอมรับข่าวสาร ซึ่งสัมพันธ์กับบุคคลนั้นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งมีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ "สื่อ" (Media) ซึ่งอาจเป็นสื่อบุคคล สื่อกลุ่มหรือสื่อมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางในการส่ง "ข่าวสาร" (Message) ไปถึงผู้รับข่าวสาร แต่อิทธิพลของ "ข่าวสาร" และ "สื่อ" จะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับข่าวสารและผู้รับสารว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ระหว่างข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior)

ความหมายของ "พฤติกรรม"

นิยะดา ชุนหะวงศ์ และนินนาท โอฬารวรวิติ : อากัปกริยาของคนเราที่แสดงออกบ่งถึงความชอบ และไม่ชอบต่อกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งสามารถสังเกตได้^{๖๑}

พฤติกรรมจึงเป็นกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การเดิน การยิ้ม หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การเต้นของหัวใจ พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้น มีผลจากการเลือกปฏิบัติตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้น ๆ

^{๖๑}นิยะดา ชุนหะวงศ์ และนินนาท โอฬารวรวิติ, พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ (กรุงเทพฯ : บางกอกการพิมพ์, 2520), หน้า 78.

องค์ประกอบของพฤติกรรม พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ
ต่อไปนี้

1. เป้าประสงค์
2. มีความพร้อม
3. สถานการณ์
4. การแปลความหมาย
5. การตอบสนอง
6. ผลที่ได้
7. ปฏิกริยาต่อการไม่สมหวัง

นักมานุษยวิทยาได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์
ไว้ดังนี้⁴⁰

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับและพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอด
และมั่นคงแห่งชีวิตอันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย
2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรวมตัวจึงมัก
จะต้องปฏิบัติไปตามครรลองของสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายส่วนตัว
3. พลังของสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน
4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอม
ให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ
5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวม
กันอยู่ในกลุ่มเดียวกันมีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อม
เกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย

⁴⁰ประจวบ อืณออด, พฤติกรรมศาสตร์, เอกสารประกอบคำบรรยาย
โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการทางสื่อสารมวลชน เรื่องการสำรวจทัศนคติเพื่อ
ประสิทธิภาพในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์, หน้า 1-2.

6. มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขามีต่อโลกรวมตัวออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสามารถสืบไปถึงพลังภายในที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้น ๆ ได้

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

แนนซี ชวาทซ์ (Nancy E. Schwartz) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ⁴¹

1. ทศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทศนคติ และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทศนคติมีความสัมพันธ์กันทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้ และทศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม

ซิมบาโด, เอมบีเซน และมาสลาช (Zimbardo, Ebbesen and Maslach) ได้สรุปว่าทศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเราจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีอยู่ของผู้นั้น คือถ้าผู้ใดมีความรู้ดีทศนคติต่อสิ่งนั้นก็มักจะดีตามไปด้วย เมื่อมีทศนคติดีแล้วก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลให้ผู้นั้นแสดงพฤติกรรมไปในทางที่ดี ดังนั้นความรู้ ทศนคติและการแสดงพฤติกรรมจึงมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน⁴²

⁴¹สุรีย จันทรโณลี. "การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคน", วารสารสุขศึกษา 6 (ตุลาคม-ธันวาคม 2526) : 37-47.

⁴²Zimbardo G. Philip, Ebbesen B. Ebbe and Maslach Christina. Influencing Attitude and Changing Behavior (London : 1977), p. 49.

ซาลานิค และคอนเวย์ (Salanick and Conway) ศึกษาพบว่าความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความสอดคล้องกันภายใต้สภาพการที่แตกต่างกัน ในขณะที่ซันนา (Zanna) พบว่ามีความสอดคล้องระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในระดับความแตกต่างของปัจเจกบุคคล⁴³

สมปราชญ์ จอมเทศ, สนับสนุนแนวความคิดที่ว่า ทัศนคติของคนเป็นผลของความรู้สึกทางใจที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเอนเอียงไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง จึงมีลักษณะเป็นนามธรรม ซึ่งมีผลสะท้อนมาสู่พฤติกรรมของคน ฉะนั้นพฤติกรรมของมนุษย์คือการแสดงออกซึ่งทัศนคติที่ดีของเขา ซึ่งส่งผลมาจากประสบการณ์ความรู้ ความคิด ความเชื่อและการเรียนรู้ อันรวมถึงภูมิหลังของบุคคลนั้น เมื่อภูมิหลังของแต่ละคนต่างกัน จึงทำให้การประพติดต่อสิ่งเดียวกันในลักษณะที่ต่างกันไป⁴⁴

เฟสทิงเจอร์ (Festinger) ศึกษาวิจัยหลายชิ้น และพบว่าเพียง 3 ชิ้นเท่านั้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม ซึ่งเขาได้ให้คำอธิบายว่า เหตุผลหนึ่งที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจจะไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทันทีทันใด นั้นเป็นเพราะปัจจัยทางสภาพแวดล้อม ซึ่งก่อให้เกิดทัศนคติแบบเดิม อาจะยังคงอยู่ภายหลังจากทัศนคตินั้นได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ทำให้ทัศนคติมีแนวโน้มที่จะกลับมาเป็นแบบเดิมหลังจากได้รับข่าวสารแล้ว

⁴³Chaffe H. Steven and Rooser Comic, "Involvement and the Consistency of Knowledge, Attitude and Behavior, Communication Research 13(July 1986) : 384.

⁴⁴สมปราชญ์ จอมเทศ, การบริหารและการจัดการ (กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2516) หน้า 55.

นอกจากนี้เขายังได้แนะนำเพิ่มเติมอีกว่า เมื่อความเห็นหรือทัศนคติได้เปลี่ยนแปลงเพราะผลของการสื่อสารนั้นน่าพอใจที่มีประสิทธิภาพแล้ว การเปลี่ยนแปลงนี้จะคงอยู่ไม่มั่นคงนักและจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นแบบเดิมได้ เว้นเสียแต่ว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมหรือพฤติกรรมจะเกิดขึ้นเพื่อสนับสนุน และทำให้ทัศนคติใหม่นั้นคงอยู่ต่อไป⁴⁵

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้สามารถอนุมานได้ว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดน้ำ มีความสัมพันธ์ต่อการก่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ ทั้งนี้เนื่องจากสื่อต่างๆ มีอิทธิพลต่อการสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ทำให้เกิดการตระหนัก และเป็นสิ่งโน้มน้าวใจให้ปฏิบัติตามอีกทั้งยังชักจูงให้เกิดมีพฤติกรรมมีส่วนร่วม และการให้ความร่วมมือต่อการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำด้วย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รายงานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

วันทนา ชาตุนิชวงศ์ ศึกษาการเปิดรับข่าวสารทางด้านอาหารและโภชนาการศึกษาคความสำนึก จากการศึกษาการเปิดรับข่าวสารของแม่ที่นำบุตรมารับบริการจากแผนกกุมารเวชศาสตร์ของโรงพยาบาลรามธิบดี โรงพยาบาลพญาไท และศูนย์บริการสาธารณสุข 2 พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านอาหารและโภชนาการมี

⁴⁵Read Hadley, Communication : Method for All Media (Urbana : University of Illinois Press, 1972)

ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำนึกทางด้านอาหาร และโภชนาการ (หมายถึงผลการประเมินค่าความรู้และความเข้าใจทัศนคติ และความเชื่อต่าง ๆ ในเรื่องอาหารและโภชนาการ)⁴⁶

ประคอง เอี่ยมส้าอางค์ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรกับผลผลิตข้าวต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ ในการผลิตข้าวและวิธีการผลิตข้าว⁴⁷

ลาซาร์สเฟลด์, เมเรสัน และกูย์เค็ท (Lazarsfeld, Berelson and Gandet) พบว่าสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์เป็นแรงเสริม (Reinforcement) ความคิดในการเลือกตัวประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา และจากผลการวิจัยครั้งนี้ปรากฏว่าตัวแปรสำคัญได้แก่ ตัวแปรด้านลักษณะของกลุ่มประชากรในด้านเพศ

⁴⁶วันทนา ชาญวนิชวงศ์ "การเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการศึกษาความสำนึก จากการเปิดรับข่าวสารของแม่ที่นำบุตรมารับบริการจากแผนกกุมารเวชศาสตร์ของโรงพยาบาล รามาธิบดี โรงพยาบาลพญาไท และศูนย์บริการสาธารณสุข 2" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้าบทคัดย่อ

⁴⁷ประคอง เอี่ยมส้าอางค์ "ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรกับผลผลิตต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526), หน้าบทคัดย่อ

อายุ ที่อยู่อาศัย สถานภาพทางเศรษฐกิจและการศึกษา ซึ่งจะเป็นตัวกำหนด
ความสนใจ และนำไปสู่การตัดสินใจในที่สุด⁴⁸

ดำรงค์ ฐานดี ศึกษาบทบาทของการติดต่อสื่อสารในการพัฒนาการ
ประกอบอาชีพของชาวนบพ พบว่าการติดต่อสื่อสารมีบทบาทสำคัญที่มีส่วนช่วยให้
ชาวนบพสามารถเพิ่มผลผลิตทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ข่าวสารเกี่ยวกับการ
ใช้ของใหม่ หรือนวัตกรรมในการผลิตความรู้เกี่ยวกับเทคนิควิทยาการใหม่ ๆ
การตลาดและแหล่งเงินทุน เป็นสิ่งที่ชาวนบพต่างแสวงหาข่าวสารดังกล่าวผ่าน
ทางแหล่งข่าวต่าง ๆ ได้แก่ แหล่งข่าวของรัฐและเอกชน สื่อมวลชนวิทยุมีบทบาท
สำคัญในการกระจายความรู้เรื่องต่าง ๆ⁴⁹

นายแพทย์ประภิต วาทีสาธกกิจ กล่าวถึงความสำคัญของสื่อมวลชนใน
การรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ว่า คลินิกอดบุหรี่สามารถช่วยให้ประชาชนเลิกสูบบุหรี่
ได้เพียง 5% อีก 95% มาจากการชักจูงของสื่อมวลชน⁵⁰

⁴⁸ Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Helen
faudet The People's Choice, (New York : Duell, Sloan and
Pearce, 1944), p. 20.

⁴⁹ Thandee Damrong, The Role of Communication in
Occupational Development of Rural Inhabitants : A Re-study
of A Village in Thailand, 1987, Abstract

⁵⁰ ประภิต วาทีสาธกกิจ, "ทั่วโลกตื่นตัวรณรงค์บุหรี่", จดหมายข่าว 2
(พฤศจิกายน-ธันวาคม 2530) : 3

รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม

เชลลี ไชเคน และอลิซ อีกลี (Shelly Chaiken and Alice H. Eagly) พบว่าทัศนคติของคนจะแตกต่างกันต่อเมื่อข่าวสารนั้นยากต่อการเข้าใจ เขาศึกษาโดยเปรียบเทียบสื่อวิทยุกับสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่าสื่อวิทยุสามารถสร้างทัศนคติเชิงบวกได้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์⁵¹

ฮอบแลนด์ และคณะ (Hovland C.I. and others) ศึกษาความแตกต่างของแหล่งข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำกับแหล่งข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพบว่าผู้รับสารจากแหล่งข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงกว่าจะเปลี่ยนทัศนคติหลังจากการรับรู้ข่าวสารแล้ว มีจำนวนสูงกว่าผู้รับสารจากแหล่งข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำกว่า⁵²

แอล.ดับบลิว โรบินสัน (L.W. Robinson) ศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย ที่มีผลต่อการรับรู้และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไว้ว่า หนังสือ The Real Difference between Men and Women พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีจุดมุ่งหมายในชีวิต พฤติกรรมทางสังคม สมอง ความคิดเห็น และ

⁵¹Chaiken Shelly and Eagly H. Alice, "Communication Modality as a Determinant of Message Persuasiveness and Message Comprehensibility," Journal of Personality and Social Psychology : 34(1976).

⁵²Hovland C.I. and others, Social Judgement, Assimilation and Contrast Effects in Communication and Attitude Change (London : Yale University, 1953).

ทัศนคติในการมองปัญหาต่างกัน⁵³ และแจนีส และฟิลด์ (Janis and Field) ก็สรุปผลการศึกษาในเรื่องการชักจูงว่าเพศหญิงจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย⁵⁴

ฟร็ดแมน (Freedman) ศึกษาความแตกต่างของบุคคลที่ระดับอายุต่างกันพบว่าคนที่มีอายุน้อยจะมีการเรียนรู้ และทัศนคติในระดับสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก⁵⁵ กล่าวอีกนัยหนึ่งคืออายุ ของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารไม่มากนัก ซึ่งจะออกมาในรูปของความสนใจ ความเชื่อหรือพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้รับสาร

อรสา บานขาว ศึกษาพฤติกรรมการยอมรับสารด้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุ และโทรทัศน์ของประชาชนในเขตชุมชนแออัดคลองเตย พบว่าผู้ที่มีสถานภาพ การศึกษาแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับสารด้านการป้องกันยาเสพติด

⁵³สุชา จันท์เอม "ความแตกต่างระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย", ศูนย์ศึกษา (15 พฤศจิกายน 2511) : 46-51

⁵⁴Janis L. Irving and Field B. Peter "Sex Difference and Personality Factors Related to Persuability," *Personality and Persuability* Edited by Carl I. Hovland and Irving L. Janis (New Haven and London : Yale University Press, 1966), pp. 19-28.

⁵⁵Freedman M.B. "Changes in Attitude and Values over Six Decades," Journal of Social Issues, 17(1961), pp. 19-28.

ทางวิทยุและโทรทัศน์แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่มีสถานภาพ การศึกษา อายุ แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสารต้านป้องกันแตกต่างกัน⁵⁶

วอลเตอร์ วิลกี (Walter H. Wilke) สรุปผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านมาจากทางโทรทัศน์จะสร้างทัศนคติเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ตามลำดับ⁵⁷

ลักขณา มนธาตุผลิต, ศึกษาสัมฤทธิ์ผลของการอ่านเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัว พบว่าเอกสารเผยแพร่เป็นประโยชน์และได้ผลสัมฤทธิ์ เฉพาะผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจสูงและเฉพาะผู้ที่อ่านบ่อยครั้งเท่านั้น⁵⁸

ยุพดี ฐิติกุลเจริญ ศึกษาทัศนคติที่มีต่อ บ.บ.บ. ของกลุ่มข้าราชการที่ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี พบว่าอายุและการศึกษามีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับ บ.บ.บ. การศึกษามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อ บ.บ.บ. เพศ อายุ

⁵⁶อรสา ปานขาว, "พฤติกรรมการยอมรับสารต้านการป้องกัน ยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์ของประชาชนในเขตชุมชนแออัดคลองเตย," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526) หน้า 327.

⁵⁷Wilke H. Walter, "An Experimental Comparison of the Speech, the Radio and the Printed Pags as Propaganda Device," Archives of Psychology 169, 32 : 1953.

⁵⁸ลักขณา มนธาตุผลิต, "การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐาน ด้วยเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัวกับความสัมฤทธิ์จากการใช้เอกสาร เผยแพร่," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2523), หน้าบทคัดย่อ

การศึกษา ระดับตำแหน่ง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของพฤติกรรมการให้ความร่วมมือกับ ป.บ.บ. ในการแจ้งข่าวสารการทุจริต พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับ ป.บ.บ. จากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับ ป.บ.บ. ทศนคติที่มีต่อ ป.บ.บ. และแนวโน้มของพฤติกรรมการให้ความร่วมมือในการแจ้งข่าวสารการทุจริต⁵⁹

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ กล่าวคือ ในส่วนที่สนับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและการเปิดรับสาร ได้แก่

1. การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการกระจายข่าวสาร ความรู้ และสิ่งใหม่ในสังคม
2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการยอมรับ
3. สื่อต่าง ๆ มีความสำคัญในการชักจูงให้ความร่วมมือในการรณรงค์ประหยัดน้ำ

นอกจากนี้เมื่อศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม พบว่ามีส่วนที่สนับสนุนแนวความคิดและสมมติฐานในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ

1. ตัวแปรที่กำหนดความสนใจ คือ ตัวแปรลักษณะของกลุ่มประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา ส่วนความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม มีความสอดคล้องกันภายใต้สถานการณ์ที่แตกต่างกัน

⁵⁹ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, "การศึกษาทศนคติที่มีต่อ ป.บ.บ. ของกลุ่มข้าราชการที่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531), หน้าบทคัดย่อ

2. ผู้ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำทางสื่อต่าง ๆ แตกต่างกัน และมีทัศนคติต่อการประหยัดน้ำแตกต่างกัน
3. ข่าวสารที่ผ่านทางสื่อโทรทัศน์จะสร้างทัศนคติเชิงบวกได้มากที่สุด

DPU

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

ลักษณะของประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ทำการศึกษานี้คือ ประชาชนผู้อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และระดับการศึกษาตั้งแต่ประถมศึกษาขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรผู้อาศัย โดยทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยมีความคลาดเคลื่อนในการกะประมาณไม่เกิน $\pm 5\%$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำแนกตามเขตต่าง ๆ

แบบแผนการสุ่มตัวอย่าง

1) จากตารางสถิติจำนวนราษฎรของกรุงเทพมหานคร (ตารางที่ 1) นำมาสุ่มศึกษาจำนวน 8 เขต หรือประมาณ 20% ของจำนวนเขตทั้งหมดได้แก่ เขตพญาไท, เขตคลองเตย, เขตธนบุรี, เขตภาษีเจริญ, เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย, เขตสัมพันธวงศ์, เขตบางรัก และเขตหนองจอก

2) เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ของประชากรในแต่ละเขต จำนวนเขตละ 50 ตัวอย่าง รวมจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ตารางที่ 1

สถิติจำนวนราษฎรของกรุงเทพมหานคร ในวันที่ 31 ธันวาคม 2535

เขต	พื้นที่ (กม. ^๒)	จำนวนราษฎร		
		รวม	ชาย	หญิง
1. พระนคร	5.536	91,590	47,387	44,387
2. ป้อมปราบศัตรูพ่าย	1.931	85,941	43,565	42,376
3. ปทุมวัน	8.369	123,371	62,002	61,369
4. สัมพันธวงศ์	1.416	44,349	22,929	21,420
5. บางรัก	5.536	73,276	36,694	36,582
6. ยานนาวา	16.662	102,962	61,311	61,651
7. สาทร	9.326	131,702	65,371	66,331
8. บางคอแหลม	10.921	136,339	67,812	68,527
9. ดุสิต	10.665	178,525	99,536	78,989

เขต	พื้นที่ (กม. ^๒)	จำนวนราษฎร		
		รวม	ชาย	หญิง
10. บางซื่อ	11.545	176,540	87,693	88,847
11. พญาไท	10.265	212,035	109,403	102,632
12. ราชเทวี	7.164	112,203	55,798	56,405
13. ห้วยขวาง	22.679	262,606	123,539	129,066
14. พระโขนง	33.887	200,835	98,071	102,764
15. คลองเตย	27.193	256,951	126,728	130,223
16. ประเวศ	82.479	205,127	99,237	105,890
17. บางเขน	76.613	235,100	118,077	117,023
18. ดอนเมือง	59.789	218,437	110,736	107,701
19. จตุจักร	32.908	183,637	91,022	92,615
20. บางกะปิ	48.904	232,506	111,931	120,575
21. ลาดพร้าว	30.476	128,761	61,770	66,991
22. บึงกุ่ม	69.903	204,662	98,278	106,384
23. หนองจอก	236.261	109,508	53,949	55,559
24. มีนบุรี	174.331	109,508	53,949	55,559
25. ลาดกระบัง	123.859	76,605	37,464	39,141
26. ธนบุรี	8.626	227,980	114,034	113,946
27. คลองสาน	6.051	136,118	67,926	68,192
28. บางกอกน้อย	11.944	176,281	89,136	87,145
29. บางพลัด	11.360	138,208	67,777	70,431
30. บางกอกใหญ่	6.180	102,975	51,515	51,460
31. ภาษีเจริญ	53.947	262,991	129,029	133,962

เขต	พื้นที่ (กม. ^๒)	จำนวนราษฎร		
		รวม	ชาย	หญิง
32. บางขุนเทียน	155.432	126,932	68,811	64,121
33. จอมทอง	25.724	166,380	82,131	84,249
34. ดลิ่งชั้น	79.698	124,937	60,976	63,961
35. ราษฎร์บูรณะ	42.874	165,001	81,382	83,619
36. หนองแขม	48.283	96,632	47,146	49,486
รวม	1,568,737	5,562,141	2,766,101	2,796,040

ข้อมูลจาก : สำนักงานกลางทะเบียนราษฎร
กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1. ตัวแปรด้านประชากรและสังคม

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 ระดับการศึกษา
- 1.4 อาชีพ

2. ตัวแปรทางด้านพฤติกรรมศาสตร์

คือ พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ

- 2.1 ประเภทของสื่อที่เลือกรับ
- 2.2 ความถี่ในการเปิดรับสื่อ

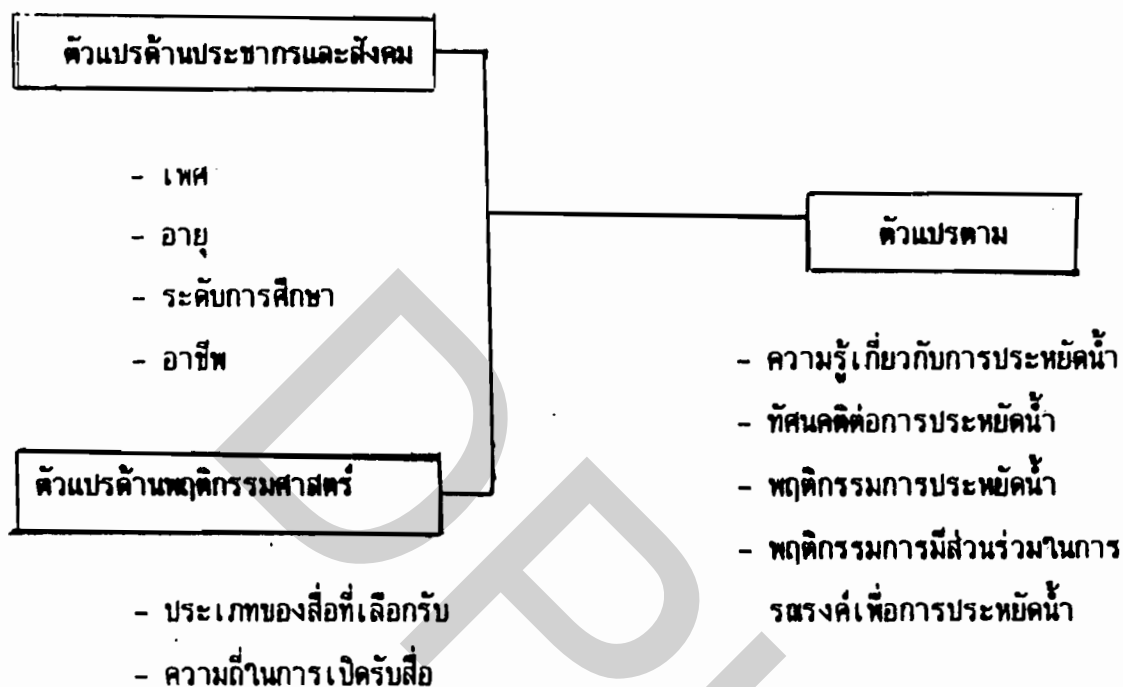
3. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

- 3.1 ความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ
- 3.2 ทักษะต่อการประหยัดน้ำ
- 3.3 พฤติกรรมการประหยัดน้ำ
- 3.4 พฤติกรรมมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ

ความสัมพันธ์ของตัวแปร 3 ประเภทนี้ สามารถแสดงแผนภาพดังนี้

แผนภาพที่ 5

ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ตรงและมีรูปแบบ (Structured Direct Interview) แบบสอบถามที่ใช้จะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นความถามเกี่ยวกับภูมิหลังทางประชากรและสังคมของผู้ถูกสัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา

การวัดค่าตัวแปร

- ระดับอายุ แบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม ดังนี้

1.1	ต่ำกว่า 20 ปี	1.2	21 - 25 ปี
1.3	26 - 30 ปี	1.4	31 - 35 ปี
1.5	36 - 40 ปี	1.6	41 - 45 ปี
1.7	46 - 50 ปี	1.8	50 ปีขึ้นไป

2. เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้
 - 2.1 ชาย
 - 2.2 หญิง
3. ระดับการศึกษา แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้
 - 3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
 - 3.2 มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า
 - 3.3 บวส./บวท./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 - 3.4 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 - 3.5 สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ แบ่งเป็น 8 กลุ่ม ดังนี้
 - 4.1 รับราชการ
 - 4.2 รัฐวิสาหกิจ
 - 4.3 พนักงานบริษัท / เสมียนห้างร้าน
 - 4.4 ค้าขายมีร้านค้า / มีธุรกิจส่วนตัว
 - 4.5 แม่บ้าน
 - 4.6 กรรมกร / หาบเร่ / พ่อค้าแม่ค้า / รับจ้าง
 - 4.7 นักเรียน นักศึกษา
 - 4.8 อื่น ๆ เช่น บุคคลเกษียณอายุอยู่บ้านเฉย ๆ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อ เกี่ยวกับการ
ประหยัคหน้า และการตรงค้เพื่อการประหยัคหน้า จากสื่อ 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน,
สื่อเฉพาะกิจ โดยแยกแงในแต่ละสื่อดังนี้

1. สื่อมวลชน
 - หนังสือพิมพ์
 - นิตยสาร / วารสารทั่วไป
 - โทรทัศน์
 - วิทยุ

2. สื่อบุคคล
 - เจ้าหน้าที่การประปา
 - บุคคลอื่น ๆ เช่น เพื่อนฝูง,ญาติพี่น้อง
3. สื่อเฉพาะกิจ
 - ใบเสร็จรับเงินของการประปา
 - สติกเกอร์
 - ไปสเตอร์

การวัดค่าตัวแปรดังกล่าว นอกจากผู้ศึกษาจะดูจากความถี่ของการรับข่าวสารสม่ำเสมอ นาน ๆ ครั้ง และไม่เคยเลยแล้ว ผู้ศึกษาให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าได้รับข่าวสารการประหยัดน้ำผ่านสื่อใดมากที่สุด โดยเรียงลำดับสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำตามลำดับ 1,2,3 และผู้ศึกษาให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำผ่านสื่อต่าง ๆ ในแง่ของการมีผลในการประหยัดน้ำมาก, ปานกลาง และมีผลน้อย

การให้คะแนนความถี่ของการเปิดรับข่าวสาร

- สม่ำเสมอ = 3 คะแนน
- นาน ๆ ครั้ง = 2 คะแนน
- ไม่เคยได้รับเลย = 1 คะแนน

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามาวัดความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ทั้งหมด 10 ข้อ มาจัดแบ่งกลุ่มคะแนนดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำน้อย หรือไม่เคยได้รับเลย คือกลุ่มที่ได้คะแนนระหว่าง 1-10 คะแนน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำนาน ๆ ครั้ง คือ กลุ่มที่ได้คะแนนระหว่าง 11-20 คะแนน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำสม่ำเสมอ คือ
กลุ่มที่ได้คะแนน 21-30

การให้คะแนนการรับข่าวสารในแง่ของการมีผลต่อการประหยัคน้ำ

- มีผลมาก = 1 คะแนน
- มีผลปานกลาง = 2 คะแนน
- มีผลน้อย = 3 คะแนน

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามา
วัดผลต่อการประหยัคน้ำของการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำที่กลุ่มตัวอย่าง
ได้รับผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งหมด 10 ข้อมาจัดแบ่งกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีผลมากต่อการประหยัคน้ำ คือกลุ่มที่
ได้คะแนนอยู่ในระหว่าง 1-10 คะแนน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีผลปานกลางต่อการประหยัคน้ำ คือ
กลุ่มที่ได้คะแนนอยู่ในระหว่าง 11-20 คะแนน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีผลน้อยต่อการประหยัคน้ำ คือกลุ่มที่
ได้คะแนนระหว่าง 21-30 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ในเรื่องการประหยัคน้ำข้อความ
ที่ใช้วัดเป็นเรื่องเกี่ยวกับการประหยัคน้ำโดยการให้ข้อมูลของการประปาฯ โดย
เผยแพร่ไปยังสื่อต่าง ๆ ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้ทั่วไป และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ
การประหยัคน้ำโดยตรง

การให้คะแนน

- ตอบถูก = 1 คะแนน
- ตอบผิด = 0 คะแนน

จากข้อถามเรื่องความรู้ เกี่ยวกับการประหยัคน้ำนี้มีทั้งหมด 15 ข้อ
ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถจัดแบ่งกลุ่มผู้ตอบถูกออกเป็น 4 ระดับ คือ

1. ความรู้เกี่ยวกับการประหยัคน้ำอยู่ในระดับต่ำ คือได้คะแนนอยู่ใน
ระหว่าง 0-7 คะแนน

2. ความรู้เกี่ยวกับการประหยัคน้ำอยู่ในระดับปานกลาง คือได้คะแนน
อยู่ในระหว่าง 8-9 คะแนน

3. ความรู้เกี่ยวกับการประหยัคน้ำอยู่ในระดับค่อนข้างมาก คือ ได้
คะแนนอยู่ในระดับ 10-11 คะแนน

4. ความรู้เกี่ยวกับการประหยัคน้ำอยู่ในระดับสูง คือได้คะแนนอยู่ใน
ระหว่าง 12 คะแนนขึ้นไป

ส่วนที่ 4 เป็นการวัดทัศนคติต่อการประหยัคน้ำ ซึ่งทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่ง
หนึ่งเป็นสิ่งที่เราไม่อาจจะทราบได้ นอกจากจะได้มีการแสดงความคิดเห็น จึงจะ
สามารถทราบได้ว่าเขามีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ เหล่านั้นอย่างไรดี หรือไม่ดี เห็น
ด้วยหรือไม่เห็นด้วย เป็นต้น ดังนั้นในกรณีของการวัดทัศนคติที่มีต่อการประหยัคน้ำ
ของประชาชนจึงสามารถวัดได้จากการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น

ทัศนคติต่อการประหยัคน้ำวัดโดยใช้ Likert Type Scale โดยแบ่ง
เป็น 5 ระดับคือสำหรับข้อความเชิงบวก

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน
- เห็นด้วย = 4 คะแนน
- ไม่แน่ใจ = 3 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน

ส่วนข้อความเชิงลบ

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน
- เห็นด้วย = 2 คะแนน
- ไม่แน่ใจ = 3 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย = 4 คะแนน
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน

ส่วนที่ 5 การวัดพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ ผู้ศึกษาได้แบ่งเป็น

3 กลุ่ม คือ

- กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำมาก
- กลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำปานกลาง
- กลุ่มที่ 3 คือกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำน้อยหรือไม่ทำเลย

ในการนี้การมีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำมาก ปานกลาง และน้อยหรือไม่ทำเลย ผู้ศึกษาได้จัดแบ่งกลุ่ม เป็นดังนี้คือ

1. กรณีที่มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำมากจะมีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำดังต่อไปนี้
 - มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำที่ถูกต้อง เช่น การอาบน้ำ โดยการใช้ฝักบัว คือการปิดน้ำขณะถูสบู่
 - สามารถนำน้ำที่เหลือใช้ไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น เช่น น้ำที่เหลือจากการรองน้ำล้างผักใส่ถังนำน้ำไปรดต้นไม้
 - หมั่นตรวจตราการรั่วไหลของน้ำอยู่เสมอ
 - ให้คำแนะนำผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
2. กรณีที่มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำปานกลาง จะมีพฤติกรรมดังต่อไปนี้
 - มีพฤติกรรมในการใช้น้ำแบบเดิม แต่ปิดเมื่อเวลาไม่ได้ใช้ เช่น ใช้น้ำสายยางล้างรถ
 - ไม่ได้นำน้ำที่เหลือใช้มาทำประโยชน์อย่างอื่น
3. กรณีที่มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำน้อย หรือไม่ได้ทำเลย จะมีพฤติกรรมดังนี้

- ใช้น้ำตามปกติไม่ได้ปิดน้ำในขณะที่ควรปิด
- ไม่ตอบคำถาม
- คิดว่าไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง
- ใช้น้ำตามความเคยชิน

การให้คะแนน

- กรณีที่มีพฤติกรรมการประหยัดน้ำมาก = 3 คะแนน
- กรณีที่มีพฤติกรรมการประหยัดน้ำปานกลาง = 2 คะแนน
- กรณีที่มีพฤติกรรมการประหยัดน้ำน้อย หรือไม่ทำเลย = 1 คะแนน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามที่กำหนดไว้เป็น โครงสร้าง (Structured Questionnaire) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา และอาชีพ 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัดน้ำจากสื่อต่าง ๆ 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านความคิดเห็นที่มีต่อการรณรงค์ ประหยัดน้ำ 17 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการประหยัดน้ำและการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประหยัดน้ำ 4 ข้อ

การทดสอบความถูกต้อง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือ

การสร้างหรือดัดแปลงข้อความต่าง ๆ ที่ใช้วัดตัวแปรต่าง ๆ ในการเชื่อมโยงกรอบทฤษฎีแนวความคิดในการวิจัยนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลักสำคัญอย่างน้อย 2 ประการ คือความถูกต้อง (Validity) และความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด

ความถูกต้อง (Validity) หมายถึง เครื่องมือและแบบทดสอบนั้นสามารถวัดในสิ่งที่ต้องการจะวัดได้อย่างตรงประเด็นมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องทราบว่าวัตถุประสงค์ของผู้ถามว่าจะนำไปวัดอะไร และจะนำผลของการวัดไปอธิบายในเรื่องอะไร

ในประเด็นของความถูกต้องของเครื่องมือในการวัด ได้เริ่มต้นจากการศึกษาทฤษฎี ความคิดของตัวแปรต่าง ๆ มีความหมายอย่างไร และศึกษาแบบอย่างคำถามของผู้ที่เคยวิจัยมาแล้ว ซึ่งอาจจะใกล้เคียงตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแล้วนำมาดัดแปลง หรือปรุงแต่งคำถามให้สอดคล้องกับทฤษฎีแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยฉบับนี้ แล้วจึงนำคำถามที่ใช้วัดตัวแปรเหล่านี้มาปรึกษาอาจารย์ได้ตรวจสอบแก้ไขอีกครั้งหนึ่ง จึงมีการ Pre-test แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไขภาษาและข้อความในการวัดให้ชัดเจนและตรงประเด็นขึ้น

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ หมายถึง เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการวัด มีความสอดคล้องกันหรือไม่

ในประเด็นของความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ จากผลของการ Pre-test กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน โดยหา Reliability Coefficient Alpha ของตัวแปร เพื่อดูความสอดคล้องของข้อความคำถามต่าง ๆ เพราะฉะนั้นในการตัดข้อความแต่ละข้อจึงดูจากหลักเกณฑ์ 3 ประการประกอบกันคือ

1. Correlation Matrix คือ ความสัมพันธ์ระหว่างค่าของข้อความนั้นกับข้อความอื่น ๆ แต่ละข้อความในตัวแปรเดียวกัน

ถ้าข้อความใดมีสหสัมพันธ์กับข้อความอื่น ๆ (ในตัวแปรเดียวกัน) เป็นลบหรือมีค่าสหสัมพันธ์ต่ำกว่าข้อความอื่น ๆ (ในตัวแปรเดียวกัน) เป็นลบหรือมีค่าสหสัมพันธ์ต่ำกว่าข้อความอื่น ๆ มาก จนเด่นชัดจะถือว่าข้อความนั้นไม่สอดคล้องกับข้อความอื่น ๆ ที่เหลือ

2. Corrected Item Total Correlation คือ ค่าความสัมพันธ์ของคะแนนแต่ละข้อความกับคะแนนของข้อความทั้งหมดในตัวแปรหนึ่ง ๆ หลังจากนำเอาคะแนนของข้อความ ค่าถานั้นออกไปจากคะแนนรวมแล้ว ถ้าข้อความใดมีค่าดังกล่าวต่ำกว่าข้อความอื่น ๆ มากจนเด่นชัด ก็ถือว่าข้อความนั้นไม่สอดคล้องกับข้อความอื่น ๆ ที่เหลือ ดังนั้นจึงตัดข้อความนั้นออก

3. Alpha If Item Deleted คือ ค่าที่บอกว่าถ้าตัดข้อความนั้นๆ ออกจะทำให้ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรหนึ่งมีค่าเป็นเท่าใด ถ้าข้อความใดตัดออกแล้ว ทำให้ Coefficient Alpha สูงก็จะตัดข้อความนั้นออกไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

Primary Source ได้แก่ แบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกเอง (Self-Administration) ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างบางคนที่ไม่ได้อ่านหนังสือไม่ได้ จะใช้วิธีการสัมภาษณ์ การเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

Secondary Source ได้แก่ หนังสือ บทความ เอกสารต่าง ๆ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อนำมาประมวลกำหนดกรอบทฤษฎี และแนวความคิดในการกำหนดแบบสอบถามและวางแผนเสนอแนะเพิ่มเติมจากผลการวิจัย

กรรมวิธีทางข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลภาคสนามเรียบร้อยแล้ว จะตรวจสอบความสมบูรณ์ (Completeness) ความถูกต้อง (Accuracy) และความเป็นเอกภาพ (Unity)

ของแบบสอบถามทุกชุด เพื่อนำแบบสอบถามที่มีความบกพร่องน้อยที่สุดมาส่งรหัสข้อมูล (Coding) ด้วยมือ โดยการลงรหัสข้อมูลนั้นจะลงเป็นที่ละส่วนของตัวแปร หลังจากนั้นจึงนำรหัสของแบบสอบถามทั้งหมดประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) ผ่านสื่อ Diskette

สถิติที่ใช้วิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานได้ใช้วิธีการทางสถิติดังนี้

- สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้อที่ 1 การทดสอบความแตกต่างในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมใช้สถิติ t-test และ F-test โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- สมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้อที่ 2 การทดสอบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมใช้สถิติ t-test และ F-test โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- สมมติฐานข้อที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการประหยัดน้ำแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้อที่ 3 การทดสอบความแตกต่างในเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมใช้สถิติ t-test และ F-test โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ใช้วิธีการของ SCHEFFÉ ทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตาม สมมติฐานข้อที่ 1-3 เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ต่อเนื่องจากการใช้ F-test

- สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการ ประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ จากสมมติฐานข้อที่ 4 ได้ใช้การวิเคราะห์ ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการ ประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์กับการมี ส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ จากสมมติฐานข้อที่ 5 ได้ใช้การ วิเคราะห์ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะ ทัวไบของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ฯลฯ ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นตารางแบบทางเดียว (One-way Distribution)

บทที่ 4

ผลของการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสาร กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร" ได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 เขต จำนวน 400 คน โดยจะนำเสนอผลในการวิเคราะห์ ข้อมูลตามลำดับดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรและสังคม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการรับข่าวสาร
- ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ
- ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ
- ตอนที่ 5 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ
- ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรและสังคม

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสาร กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" นี้ทำให้ได้ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาถึงประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเขตที่ทำการสุ่มขึ้นมา 8 เขต ข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ตามลำดับ ตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	164	41.0
หญิง	236	59.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีจำนวนมากกว่าเพศชายเล็กน้อย

ตารางที่ 3
จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	18	4.5
21 - 25 ปี	138	34.5
26 - 30 ปี	162	40.5
31 - 35 ปี	44	11.0
36 - 40 ปี	25	6.3
41 - 45 ปี	6	1.5
46 - 50 ปี	4	1.0
มากกว่า 50 ปี	1	0.2
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มียุระหว่าง 26-30 ปี รองลงมามีอายุอยู่ในช่วง 21-25 ปี ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือช่วงอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	11	2.8
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	67	16.8
บวส./บวท./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	144	36.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	161	40.2
สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มักมีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า คือ บวส./บวท./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า และมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าตามลำดับ

ตารางที่ 5
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	65	16.3
รัฐวิสาหกิจ	9	2.3
พนักงานบริษัทหรือเสมียนห้างร้าน	288	72.0
ค้าขายมีร้านค้าหรือธุรกิจส่วนตัว	9	2.3
กรรมกรหรือพ่อค้าแม่ค้าหาบเร่	10	2.5
แม่บ้านหรือพ่อบ้านหรือผู้ปลดเกษียณ	4	1.0
นักเรียน/นักศึกษา	12	3.0
ไม่ตอบ	3	0.6
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 72.0 พบว่า มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทหรือเสมียนห้างร้านมากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพรับราชการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการรับข่าวสาร

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ทราบข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง จากสื่อประเภทต่าง ๆ คือ สื่อบุคคล, สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีดังนี้

ตารางที่ 6

จำนวนและร้อยละของการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ

การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	368	92.0
ไม่เคย	27	6.8
ไม่ตอบ	5	1.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 7

จำนวนและร้อยละของการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำผ่านสื่อต่าง ๆ

สื่อ	สม่ำเสมอ	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยได้ รับเลย	ไม่ตอบ	รวม
ใบเสร็จรับเงินของการประปาฯ	110 (29.9)	65 (17.7)	91 (24.7)	102 (27.7)	368 (100.0)
สติ๊กเกอร์	51 (13.9)	128 (34.8)	88 (23.9)	101 (27.4)	368 (100.0)
โปสเตอร์	82 (22.3)	159 (43.2)	38 (10.3)	89 (24.2)	368 (100.0)
หนังสือพิมพ์	190 (51.6)	121 (32.9)	5 (1.4)	52 (14.1)	368 (100.0)
นิตยสาร/วารสารทั่วไป	131 (35.6)	142 (38.6)	22 (6.0)	73 (19.8)	368 (100.0)
โทรทัศน์	310 (84.2)	34 (9.2)	3 (0.8)	21 (5.8)	368 (100.0)
วิทยุ	241 (65.5)	75 (20.4)	12 (3.3)	40 (10.8)	368 (100.0)
เจ้าหน้าที่การประปาฯ	13 (3.5)	58 (15.2)	174 (47.3)	123 (34.0)	368 (100.0)
บุคคลอื่น ๆ	28 (7.1)	41 (11.1)	39 (10.6)	262 (71.2)	368 (100.0)
สื่ออื่น ๆ	12 (3.3)	32 (8.7)	32 (8.7)	292 (79.3)	368 (100.0)

จากตารางที่ 7 แสดงผลของการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำทางสื่อต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำอย่างสม่ำเสมอ จากโทรทัศน์ 310 คน คิดเป็นร้อยละ 84.2 และจากวิทยุเป็นอันดับรองลงมา 241 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำนาน ๆ ครั้ง จากโบสเตอร์ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 จากนิตยสาร/วารสารทั่วไปเป็นอันดับรองลงมา 142 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 และไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำเลย จากใบเสร็จรับเงินของการประปาฯ 91 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และจากสติ๊กเกอร์ 88 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9

ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมักจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำแทบทั้งสิ้น

ตารางที่ 8z

จำนวนการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำผ่านสื่อต่าง ๆ ตามลำดับ

สื่อ	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	ไม่ตอบ	รวม	MEAN	Std Dev.
ใบเสร็จรับเงินของการประปาฯ	26 (7.0)	3 (0.8)	19 (5.2)	320 (87.0)	368 (100.0)	.298	.824
สติ๊กเกอร์	3 (0.8)	10 (2.7)	13 (3.5)	342 (92.8)	368 (100.0)	.121	.465
โปสเตอร์	4 (1.1)	18 (4.9)	32 (8.7)	314 (85.3)	368 (100.0)	.231	.693
หนังสือพิมพ์	35 (9.5)	91 (24.7)	109 (29.6)	133 (36.2)	368 (100.0)	1.145	.985
นิตยสาร/วารสารทั่วไป	12 (3.3)	9 (2.4)	58 (15.8)	289 (78.5)	368 (100.0)	.324	.693
โทรทัศน์	232 (63.0)	77 (20.9)	27 (7.3)	32 (8.8)	368 (100.0)	2.527	.773
วิทยุ	29 (7.9)	136 (37.0)	67 (18.2)	136 (36.9)	368 (100.0)	1.228	.773
เจ้าหน้าที่การประปาฯ	1 (0.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	366 (99.4)	368 (100.0)	.009	.120
บุคคลอื่น ๆ	2 (0.5)	3 (0.8)	12 (3.3)	351 (95.4)	368 (100.0)	.069	.342
สื่ออื่น ๆ	1 (0.3)	0 (0.0)	5 (1.4)	362 (92.3)	368 (100.0)	.023	.200

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากเป็นอันดับ 1 จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 232 คะแนน และมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 2.527 สื่อที่ได้คะแนนเป็นลำดับรองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ ตามลำดับ ซึ่งผลของกลุ่มตัวอย่างในตารางนี้ได้มีความสัมพันธ์กับตารางที่ 8 โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารอย่างสม่ำเสมอจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเช่นกัน

ตารางที่ 9

จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำจากสื่อต่าง ๆ

สื่อ	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	ไม่ตอบ	รวม
ใบเสร็จรับเงินของการประปาฯ	87 (23.6)	156 (42.4)	92 (25.0)	33 (9.0)	368 (100.0)
สติ๊กเกอร์	54 (14.7)	188 (51.0)	93 (25.3)	33 (9.0)	368 (100.0)
โปสเตอร์	87 (23.6)	214 (58.2)	29 (7.9)	38 (10.3)	368 (100.0)
หนังสือพิมพ์	208 (56.5)	136 (37.0)	10 (2.7)	14 (3.8)	368 (100.0)
นิตยสาร/วารสารทั่วไป	113 (30.7)	180 (48.9)	40 (10.9)	35 (9.5)	368 (100.0)
โทรทัศน์	338 (91.8)	21 (5.7)	2 (0.5)	7 (1.9)	368 (100.0)
วิทยุ	258 (70.1)	84 (22.8)	8 (2.2)	18 (4.9)	368 (100.0)
เจ้าหน้าที่การประปาฯ	64 (17.4)	114 (31.0)	148 (40.2)	42 (11.4)	368 (100.0)
บุคคลอื่น ๆ	56 (15.2)	73 (19.8)	49 (13.3)	190 (51.7)	368 (100.0)
สื่ออื่น ๆ	36 (9.7)	57 (15.5)	47 (12.8)	228 (62.0)	368 (100.0)

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าข่าวสารเกี่ยวกับ การประหยัดน้ำจากทุกสื่อในตารางมีผลต่อการประหยัดน้ำ โดยเฉพาะ ข่าวสารที่มาจากสื่อโทรทัศน์ เป็นข่าวสารที่มีผลมากที่สุด จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 91.8 ซึ่งเป็นการแสดงว่า นอกจากผู้ตอบแบบสอบถามจะได้รับ ข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำจากสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับหนึ่งแล้ว ซึ่งจะสอดคล้องกับตารางที่ 7 แล้วยังมีความคิดเห็นว่าข่าวสารที่ได้รับมีผลมากต่อการประหยัดน้ำ อีกด้วย

ตารางที่ 10

จำนวนและร้อยละของความสนใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ระดับความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
มาก	238	59.5
ปานกลาง	141	35.3
น้อย	9	2.2
ไม่สนใจเลย	7	1.8
ไม่ตอบ	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจในข่าวสารมาก เป็นจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 ซึ่งถือว่าข่าวสารการประหยัดน้ำได้ประสบความสำเร็จ มีผู้สนใจในข่าวสารมาก

ตารางที่ 11

ข้อเสนอแนะการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

จำนวน	ร้อยละ	ข้อเสนอแนะ
130	32.5	1. การใช้น้ำถูกวิธีทำให้ได้ประโยชน์เต็มที่ และเสียค่าใช้จ่ายคุ้มค่า ดังนั้นเราทุกคนจึงควรพร้อมใจกันประหยัดน้ำตามข่าวสารที่ได้รับ
1	0.3	2. ข่าวสารจูงใจมีน้อยเกินไป
19	4.8	3. ช่วยกันปลูกฝังประชาชนให้เห็นถึงคุณค่าของน้ำอย่างสม่ำเสมอ อาจให้ เจ้าหน้าที่การประปาไปแนะนำการใช้น้ำอย่างประหยัดและถูกวิธี
2	0.5	4. ปลอ่ยให้เกิดปัญหาขึ้นก่อนแล้วทุกคนจึงรู้ถึงคุณค่าของน้ำภายหลัง
10	2.5	5. ควรเริ่มประหยัดน้ำจากตนเองเป็นอันดับแรก แล้วจึงแนะนำผู้อื่น
8	2.0	6. อยากให้สื่อต่าง ๆ ช่วยกันกระจายข่าวสารการประหยัดน้ำให้ละเอียด และกว้างกว่านี้
13	3.3	7. สื่อแรงคที่มีอยู่ในปัจจุบันดีอยู่แล้วและสามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการ ประหยัดน้ำได้
5	1.3	8. สื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันมีจำนวนน้อยเกินไป และค่อนข้างต้อยประสิทธิภาพ ควรเพิ่มสื่อให้มากกว่านี้
12	3.0	9. ควรเสนอข่าวสารอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง หรือมีการใช้รูปแบบ แปลก ๆ ใหม่ ๆ ในการนำเสนอข่าว
3	0.8	10. ควรให้การประปามีระบบการจ่ายน้ำที่ดีขึ้น เพื่อที่ว่าประชาชนจะได้มี น้ำใช้อย่างทั่วถึง
23	5.8	11. ควรร่วมมือกันเผยแพร่ข่าวสารให้มากกว่าที่เป็นอยู่
11	2.8	12. ทุกคนควรคิดไว้นานแล้ว ไม่ใช่เพิ่งเริ่มประหยัด
9	2.3	13. ควรใช้สื่อโทรทัศน์ให้มากขึ้น

ตารางที่ 11 (ต่อ)

จำนวน	ร้อยละ	ข้อเสนอแนะ
10	2.5	14. ควรตระหนักถึงธุรกิจที่ใช้น้ำอย่างสิ้นเปลือง เช่น สนามกอล์ฟ, อาบอบนวด มากกว่า
3	0.8	15. ควรมีการเปิด/ปิดน้ำเป็นเวลา
1	0.3	16. ควรมีการรณรงค์การประหยัดน้ำนอกเขตกรุงเทพฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ไปสเตอร์
2	0.5	17. ควรตระหนักถึงปัญหา แต่การนำเสนอข่าวบางครั้งซ้ำซาก น่าเบื่อ
2	0.5	18. ควรกระตุ้นให้ประชาชนรักและห่วงใยธรรมชาติมากขึ้น เช่น การรักษาป่าไม้ การนำน้ำที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่
3	0.8	19. ควรเผยแพร่ข่าวสารตามสถานที่ราชการเช่น โรงเรียน, โรงพยาบาล, ห้องน้ำสาธารณะ, ป้ายรถเมล์ ฯลฯ
5	1.3	20. ควรมีมาตรการบังคับ ลงโทษผู้ใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือย
5	1.3	21. ประชาชนส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการประหยัดน้ำ แต่ยังไม่ให้ความร่วมมือ เนื่องจากยังไม่ใส่ใจถึงผลที่จะเกิดตามมา
4	1.0	22. ควรทำให้เห็นคุณค่าของน้ำมากขึ้น ทำให้เกิดความกลัวว่าน้ำจะไม่มีใช้ในอนาคต
3	0.8	23. ควรจูงใจให้เห็นถึงโทษของการชาน้ำมากกว่าประโยชน์ของกาวมินิ ให้ใช้
4	1.0	24. ปัญหาน้ำจะมาจากกรณีที่ป่าไม้ถูกทำลายมากเกินไป
112	27.3	25. ไม่แสดงความคิดเห็น
400	100.0	รวม

จากตารางที่ 11 จะพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างจะเห็นด้วยกับการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำเป็นจำนวนมาก และพร้อมที่จะให้ความร่วมมือกันประหยัดน้ำตามข่าวสารที่ได้รับ โดยเสนอแนะว่า "การใช้น้ำอย่างถูกวิธี ทำให้ได้ประโยชน์เต็มที่และเสียค่าใช้จ่ายคุ้มค่า ดังนั้นทุกคนจึงควรพร้อมใจกันประหยัดน้ำตามข่าวสารที่ได้รับ" มากเป็นอันดับหนึ่งและ "ควรร่วมมือกันเผยแพร่ข่าวสารให้มากกว่าที่เป็นอยู่" เป็นอันดับรองลงมา จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อข่าวสารและมีความเห็นคล้อยตามต่อข่าวสาร

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ทราบข้อมูลด้านความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ข้อมูลส่วนนี้จะเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้ใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำออกเป็น 4 ระดับ จากคำถามความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ในแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 16 ข้อ โดยทำการแบ่งดังนี้ ผู้ตอบถูกไม่เกิน 7 ข้อ กำหนดให้มีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำในระดับต่ำ ผู้ตอบถูก 8-9 ข้อ กำหนดให้มีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำในระดับปานกลาง ผู้ตอบถูก 10-11 ข้อ กำหนดให้มีความรู้ในระดับค่อนข้างสูง และผู้ตอบถูก 12 ข้อขึ้นไป กำหนดให้มีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำในระดับสูง ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 12

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ระดับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ	96	24.0
ปานกลาง	204	51.0
ค่อนข้างสูง	95	23.8
สูง	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ในระดับต่ำและระดับค่อนข้างสูง ตามลำดับ อย่างไรก็ตามแตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 13

จำนวนร้อยละของความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	ความถูกต้อง	ความผิด	ไม่ตอบ	รวม	ความเบ้	X	S
แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแหล่งน้ำดื่มเพียงแห่งเดียวที่นำมาผลิตเป็นน้ำประปา	104 (26.0)	295 (73.7)	1 (0.3)	400 (100.0)	-1.153	1.735	.448
เชื่อบุณินและเชื่อบริการที่กำกับกันและเปิดน้ำดื่มในเจ้าพระยาเพื่อเลือกประชาชนไปบริโภคไป	251 (62.7)	145 (36.2)	4 (1.1)	400 (100.0)	.375	1.353	.499
ภาชนะน้ำดื่มในเชื่อบุณินและเชื่อบริการนี้เป็นที่ถือว่าแพงมากที่สุดในรอบ 30 ปี	26 (6.5)	364 (91.0)	10 (2.5)	400 (100.0)	1.120	1.040	.298
ปริมาณการใช้น้ำที่เหมาะสมของผู้ใช้น้ำโดยทั่วไปแล้วเฉลี่ยประมาณ 200 ลิตร/วัน/คน	224 (56.0)	167 (41.7)	9 (2.3)	400 (100.0)	-0.021	1.395	.534
บ้านพักอาศัยทั่วไปมีคนอยู่ 4-5 คน ควรใช้ไม่เกินเดือนละ 30 ลูกบาศก์เมตร	110 (27.5)	270 (67.5)	20 (5.0)	400 (100.0)	0.198	1.225	.524
ใบร่างภาษีที่เราประกอบด้วย 3 ใบ 4 ส่วน	176 (44.0)	206 (51.5)	18 (4.5)	400 (100.0)	-0.300	1.395	.574
อัตราการใช้น้ำของคนกรุงเทพฯ สูงกว่าจังหวัดอื่น ๆ ถึง 10 เท่าตัว	362 (90.5)	24 (6.0)	14 (3.5)	400 (100.0)	0.620	1.025	.308

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ	ตอบถูก	ตอบผิด	ไม่ตอบ	รวม	ความเบ้	X	S
ลำดับการจัดสรรน้ำ ภาคเกษตรกรรม	142 (35.5)	245 (61.2)	13 (3.3)	400 (100.0)	0.098	1.323	.533
ในการอาน้ำ โดยผู้เกี่ยวข้องสามารถประหยัดน้ำได้ถึงประมาณ 70 ลิตร/ครั้ง หากคืนน้ำในขณะที่ถูกสูบน้ำ	281 (70.2)	107 (26.7)	12 (3.1)	400 (100.0)	0.444	1.238	.492
ในการแปร่งนินควรรใช้ชั้นหรือแก้วรองน้ำจะทำให้ใช้น้ำไม่เกิน 5 ลิตร	357 (89.2)	28 (7.0)	15 (3.8)	400 (100.0)	0.638	1.033	.327
ส่วนถังยองจะประหยัดน้ำกว่าส่วนชักโครก	374 (93.5)	25 (6.3)	1 (0.2)	400 (100.0)	3.215	1.060	.248
การชักน้ำด้วยมือจะทำให้ประหยัดน้ำมากกว่าการชักน้ำด้วยเครื่อง	230 (57.5)	158 (39.5)	12 (3.0)	400 (100.0)	-0.707	1.545	.556
การที่ออกแบบขนาดเนียง 1 นิ้วเอเมตรจะสูญเสียน้ำถึง 1,000 ลิตร/วัน	56 (14.0)	326 (81.5)	18 (4.5)	400 (100.0)	0.598	1.095	.420
ร่างกายคนเราสามารถอดน้ำได้เป็นเวลาเนียง 3 วัน	350 (87.5)	46 (11.5)	4 (1.0)	400 (100.0)	2.721	1.865	.370
ปี 2537 ทางกรมประมงควบคุมการปล่อยน้ำได้ตั้งให้เป็นไม่ทางการอนุรักษ์แหล่งน้ำ	329 (82.3)	46 (11.5)	25 (6.2)	400 (100.0)	0.341	1.053	.419

จากตารางที่ 13 แสดงการจำแนกความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ จากแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากตอบถูก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ใกล้ตัวในการใช้น้ำในการอุปโภค-บริโภค เช่น

- ส่วนนึ่งของจะประหยัดน้ำกว่าส้วมชักโครก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากตอบถูกจำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5

- อัตราการใช้น้ำของคนกรุงเทพฯ สูงกว่าจังหวัดอื่น ๆ ถึง 10 เท่าตัว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูกจำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 90.5

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ทราบผลของข้อมูลด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการประหยัดน้ำ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน

สำหรับข้อความเชิงบวกคือ

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 คะแนน
- เห็นด้วย 4 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย 3 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย 2 คะแนน
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1 คะแนน

ส่วนข้อความเชิงลบ

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1 คะแนน
- เห็นด้วย 2 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย 3 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย 4 คะแนน
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 คะแนน

ตารางที่ 14
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามความคิดเห็นต่อการประหยัดน้ำ

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่ตอบ	รวม	ความเบ้	\bar{X}	S
1. ประหยัดน้ำไว้ก่อนที่จะไม่มี น้ำใช้วันหนึ่ง	312 (78.0)	78 (19.3)	8 (2.1)	1 (0.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	400 (100.0)	-2.435	4.754	.506
2. การสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของ น้ำควรเริ่มกับตัวเราก่อน	284 (71.0)	113 (28.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	400 (100.0)	-1.972	4.699	.506
3. ควรขึ้นราคาค่าน้ำกับกิจการที่ ไม่จำเป็น เช่น อ่างอาบน้ำ ส่วนกลาง	251 (62.8)	100 (25.0)	28 (6.8)	13 (3.3)	7 (1.8)	1 (0.3)	400 (100.0)	-1.863	4.441	.892
4. ราคาที่แพงเกินไปถูกมากคน จึงไม่เป็นความสำคัญของการ ประหยัดน้ำ	44 (11.0)	68 (17.0)	92 (22.9)	126 (31.5)	67 (16.8)	3 (0.8)	400 (100.0)	- .325	2.738	1.242
5. การรณรงค์ประหยัดน้ำโดย สื่อมวลชนจะช่วยให้เกิด จิตสำนึกและเกิดการตื่นตัว ได้มากที่สุด	158 (39.5)	188 (47.0)	45 (11.2)	1 (0.3)	6 (1.5)	2 (0.5)	400 (100.0)	-1.243	4.232	.776
6. ควรออกกฎหมายที่มีบทลงโทษ อย่างรุนแรงสำหรับผู้ที่ใช้น้ำ อย่างไม่ประหยัด	36 (9.0)	75 (18.8)	106 (26.3)	157 (39.3)	23 (5.8)	3 (0.8)	400 (100.0)	- .441	2.859	1.078

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่ตอบ	รวม	ความเบ้	X	S
7. บุคคลใกล้ชิดจะเป็นผู้ชักชวน ในการประหยัดน้ำแล้วจะเกิด ประสิทธิภานามากที่สุด	126 (31.5)	197 (49.3)	57 (14.1)	10 (2.5)	7 (1.8)	3 (0.8)	400 (100.0)	-1.087	4.071	.847
8. การรณรงค์ประหยัดน้ำคว ปล่อยให้การประปาจนทลง เป็นผู้ทำ	11 (2.8)	37 (9.3)	25 (6.1)	213 (53.3)	110 (27.5)	4 (1.0)	400 (100.0)	-1.195	2.056	.982
9. เราควรใช้น้ำกับตามปกติ เพราะน้ำเป็นทรัพยากร ธรรมชาติไม่ควรมอดไป	8 (2.0)	18 (4.5)	27 (6.6)	129 (32.3)	213 (53.3)	5 (1.3)	400 (100.0)	-1.164	1.681	.934
10. "ประหยัดน้ำ ประหยัดเงิน" เป็นคำขวัญที่อยู่บนสติ๊กเกอร์ และโปสเตอร์ของการประปา จนทลงจะมีส่วนช่วยทำให้ การใช้น้ำน้อยลง	47 (11.8)	163 (40.8)	144 (35.9)	34 (8.5)	10 (2.5)	2 (0.5)	400 (100.0)	-0.416	3.510	.900
11. การประหยัดน้ำโดยการเริ่ม จากตนเองเป็นการแก้ปัญหาที่ ต้นเหตุและปลายเหตุ	155 (38.8)	181 (45.3)	39 (9.6)	14 (3.5)	7 (1.8)	4 (1.0)	400 (100.0)	-1.296	4.169	.874
12. การให้ความร่วมมือในการ ประหยัดน้ำควรเป็นหน้าที่ของ เราทุกคน ทั้ง ๆ ที่เราไม่ได้ เป็นคนที่ใช้น้ำอย่างไม่เมื่อย และไม่ได้อัดน้ำทำลายป่า	245 (61.3)	133 (33.3)	9 (2.1)	7 (1.8)	2 (0.5)	4 (1.0)	400 (100.0)	-1.920	4.545	.679

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่ตอบ	รวม	ความเบ้	X	S
13. ตราบใดที่ยังมีผู้นำเจ้าพระยา เข้าประจำไปมีวันขาดแคลน	17 (4.3)	8 (2.0)	89 (22.2)	152 (38.0)	128 (32.0)	6 (1.5)	400 (100.0)	- .993	2.071	1.009
14. เราเริ่มตระหนักไปคุณค่าของ น้ำเพราะการรณรงค์ประหยัด น้ำมีส่วนช่วย	93 (23.3)	259 (64.8)	26 (6.3)	12 (3.0)	3 (0.8)	7 (1.8)	400 (100.0)	-1.204	4.087	.698
15. ปัญหาภัยแล้งที่เกิดขึ้นในชนบท ทุกปีที่ผ่านมาเป็นเรื่องของ ธรรมชาติและสภาพภูมิศาสตร์ ไม่เกี่ยวข้องกับกาใช้น้ำของ คนกรุงเทพฯ	17 (4.3)	100 (25.0)	85 (21.1)	129 (32.3)	63 (15.8)	6 (1.5)	400 (100.0)	- .148	2.693	1.141
16. ในกาารรณรงค์ประหยัดน้ำคว จะทำต่อเนื่องกับทุกปี	229 (57.3)	159 (39.8)	4 (0.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	7 (1.8)	400 (100.0)	- .734	4.567	.531
17. ข้อความที่ว่า "หากวันเราซึ่ง ไม่ประหยัดน้ำ ฝรั่งคุณอาจไม่ มีน้ำชกหยดไหลกน้อยของคุณ" เป็นข้อความที่ชี้ให้เห็นถึงผลของ กาขาดแคลนน้ำได้อย่างชัดเจน	206 (51.5)	161 (40.3)	16 (3.9)	4 (1.0)	9 (2.3)	4 (1.0)	400 (100.0)	-1.983	4.391	.809

จากตารางที่ 14 แสดงถึงทัศนคติต่อการประหยัคน้ำใช้คำถามในการวิจัยทั้งสิ้น 17 ข้อ ซึ่งวัดความคิดเห็นต่อการประหยัคน้ำในด้านบวก 11 ข้อ และลบ 6 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีทัศนคติที่ดีต่อการประหยัคน้ำ โดยการแสดงทัศนคติเห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่กับข้อความประหยัคน้ำในเชิงบวก โดยพบว่าค่าความเบ้ทั้ง 11 ข้อเป็นลบ (Negatively Skewed) ทั้งสิ้น ส่วนของข้อความในเชิงลบผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ก็แสดงความไม่เห็นด้วยทั้งสิ้น โดยจะพบว่าค่าความเบ้ ทั้ง 6 ข้อเป็นลบ (Negatively Skewed) เช่นกัน

ตอนที่ 5 ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการประหยัดน้ำ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ทราบข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการประหยัดน้ำ พฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ เหตุผลของการไม่เข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องการรณรงค์ประหยัดน้ำ ข้อมูลในส่วนนี้จะนำเสนอเป็นจำนวนและร้อยละ ตามลำดับตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 15

จำนวนและร้อยละที่ปฏิบัติตามคำแนะนำในเรื่องการประหยัดน้ำ

การปฏิบัติตามคำแนะนำในเรื่องการประหยัดน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นประจำ	193	48.3
นาน ๆ ครั้ง	16	4.0
บางครั้งบางครั้ง	158	39.5
ไม่เคยเลย	33	8.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 จะพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการปฏิบัติตามคำแนะนำในเรื่องการประหยัดน้ำ พบว่า จะมีผู้ปฏิบัติเป็นประจำ เป็นอันดับแรก แต่จากการรวมคะแนนแล้วจะพบว่า ผู้ปฏิบัติเป็นบางครั้งบางครั้ง และนาน ๆ ครั้ง และไม่เคยปฏิบัติตามเลย มีจำนวนมากกว่าผู้ปฏิบัติเป็นประจำ คือจะพบว่ามีจำนวนถึง 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7

ตารางที่ 16
จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมการประหยัดน้ำ	ระดับพฤติกรรม			ไม่ตอบ	รวม	ความเบ้	X	S
	น้อย	ปานกลาง	มาก					
อาบน้ำ	23 (13.0)	34 (19.2)	85 (48.0)	35 (19.8)	177 (100.0)	-.924	2.437	.758
แปรงฟัน	14 (7.9)	30 (16.9)	93 (52.5)	40 (22.7)	177 (100.0)	-1.316	2.577	.672
ล้างหน้า	28 (15.8)	34 (19.2)	49 (27.7)	66 (37.3)	177 (100.0)	-.363	2.189	.815
ล้างมือ	34 (19.2)	40 (22.6)	28 (16.4)	74 (41.8)	177 (100.0)	.086	1.915	.784
บ้วนปาก	30 (16.9)	13 (7.3)	52 (29.5)	82 (46.3)	177 (100.0)	-.479	2.232	.905
โกนหนวด	15 (8.5)	22 (12.4)	24 (13.6)	116 (65.5)	177 (100.0)	-.273	2.148	.792
ดื่ม	33 (18.6)	25 (14.1)	32 (18.1)	87 (49.2)	177 (100.0)	.021	1.989	.855
ล้างผัก/ผลไม้	21 (11.9)	74 (41.8)	19 (10.7)	63 (35.6)	177 (100.0)	1.533	2.017	.701
ล้างถ้วยชาม/ภาชนะ	28 (15.8)	64 (36.2)	11 (6.2)	74 (41.8)	177 (100.0)	1.784	1.875	.720

ตารางที่ 16 (ต่อ)

นฤกกรรมการประหยัค้ำ	ระดับนฤกรรม			นคอบ	รวม	ควมน้	X	S
	น้อย	ปานกลาง	มาก					
น้บ้าน	27 (15.3)	40 (22.6)	28 (15.8)	82 (46.3)	177 (100.0)	.902	2.052	.863
รดน้ค่นน้	31 (17.5)	26 (14.7)	61 (34.5)	59 (32.3)	177 (100.0)	.079	2.286	.913
ข้กน้	38 (21.5)	45 (25.4)	28 (15.8)	66 (37.3)	177 (100.0)	.976	1.946	.858
ล้างรด	32 (18.1)	46 (26.0)	17 (9.6)	82 (46.3)	177 (100.0)	.232	1.842	.704
ข้กค้อง	28 (15.8)	25 (14.1)	40 (22.6)	84 (47.5)	177 (100.0)	-.252	2.129	.850
นบค้บค้กน้บค้อง	3 (1.7)	132 (74.6)	3 (1.7)	40 (22.0)	177 (100.0)	5.266	2.043	.413
นบค้บค้กน้บค้อง	11 (6.2)	3 (1.7)	122 (68.9)	41 (23.2)	177 (100.0)	-.262	2.862	.675
นบค้บค้กน้บค้อง	9 (5.1)	7 (4.0)	111 (62.7)	50 (28.2)	177 (100.0)	.029	2.853	.674
นบค้บค้กน้บค้อง	11 (6.2)	3 (1.7)	107 (60.5)	56 (31.6)	177 (100.0)	-.179	2.846	.713
นบค้บค้กน้บค้อง	27 (15.3)	10 (5.6)	75 (42.4)	65 (36.7)	177 (100.0)	-.956	2.429	.856

จากตารางที่ 16 เมื่อชี้เฉพาะพฤติกรรมการประหยัดน้ำของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การพบเห็นท่อประปาแตกและพบเห็นก๊อกน้ำรั่ว กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการช่วยประหยัดน้ำมากกว่าพฤติกรรมการประหยัดน้ำอย่างอื่น ทั้งนี้พิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกค่าอื่น ๆ และมีพฤติกรรมแนวโน้มในการปฏิบัติมากกว่าที่จะปฏิบัติแบบปานกลางหรือน้อย เนื่องจากค่าความเบ้ของพฤติกรรมทั้ง 2 เป็นลบ (Negatively Skewed) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างได้คะแนนสูง มีจำนวนมากกว่าที่จะได้คะแนนต่ำ

ในทางกลับกันพฤติกรรมการประหยัดน้ำที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติน้อย คือ การล้างถ้วยชาม/ภาชนะ, การล้างมือ, การซักผ้า เนื่องจากค่าเฉลี่ยต่ำกว่าพฤติกรรมการประหยัดน้ำอย่างอื่น และมีแนวโน้มการปฏิบัติปานกลางค่อนข้างที่จะเอนไปทางปฏิบัติน้อยมากกว่า เนื่องจากค่าความเบ้ของการปฏิบัติดังกล่าวเป็นบวก (Positive Skewed)

จากตารางนี้จึงพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำในระดับมาก และน้อย อยู่ในระดับพอ ๆ กัน หรือโดยเฉลี่ยแล้วจัดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 15

ตารางที่ 17

จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการไม่ได้มีส่วนร่วมในการประหยัคน้ำ

เหตุผลในการไม่ประหยัคน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
น้ำยังมีใช้อยู่ปกติ ไม่เดือดร้อน	37	9.3
ความเคยชินในการอุปโภค-บริโภค	130	32.3
ที่บ้าน/ที่ทำงานมีน้ำบาดาลใช้	13	3.3
มีถังน้ำเก็บสำรองไว้ใช้	29	7.3
ไม่ตอบ	191	47.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้มีพฤติกรรมในการประหยัคน้ำ พบว่าความเคยชินในการอุปโภคบริโภคมากเป็นอันดับแรก และพบว่าน้ำยังมีใช้อยู่เป็นปกติ ไม่รู้สึกเดือดร้อนเป็นอันดับรองลงมา

ตารางที่ 18
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการมีส่วนร่วม
ในการรณรงค์ประหยัดน้ำ

พฤติกรรมการมีส่วนร่วม ในการรณรงค์ประหยัดน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	290	78.4
ไม่เคย	78	21.1
ไม่ตอบ	32	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากมีส่วนร่วมในการ
รณรงค์ประหยัดน้ำ มีจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ตั้งไว้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" มีทั้งหมด 5 ข้อคือ

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกันจะมีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการประหยัดน้ำแตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการรับข่าวสารที่ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจะสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ
5. พฤติกรรมการรับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับสมมติฐานข้างต้น ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1

"ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร และสังคมแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน"

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 19

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

เพศ	MEAN	Standard Deviation	Standard Error	⁺ Value	D.F.	2-tail Prob
ชาย	1.9268	1.9268	.723	-2.21	398	.028*
หญิง	2.0890	2.0890	.724			

จากตารางที่ 19 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test พบว่ามีความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชาย ในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ โดยพบว่า เพศหญิงจะมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 20

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	7	2.2646	.3235	.6078	.7495
ภายในกลุ่ม	390	207.5746	.5322		
รวม	397	209.8392			

จากตารางที่ 20 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่าไม่มี ความแตกต่างระหว่างอายุกับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ตารางที่ 21

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความรู้อีกเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	4	2.9480	.7370	1.4006	.2330
ภายในกลุ่ม	395	207.8495	.5260		
รวม	399	210.7975			

จากตารางที่ 21 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่าไม่มี ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความรู้อีกเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ตารางที่ 22

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	6	2.1151	.3525	.6641	.6788
ภายในกลุ่ม	384	203.8440	.5308		
รวม	390	205.9591			

จากตารางที่ 22 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่า ไม่มี ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ผลจากการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test และ F-test ของ ตารางที่ 19-22 พบว่า มีความแตกต่างในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามเพศ แต่ไม่พบความแตกต่างเมื่อจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพ

สมมติฐานข้อที่ 2

"ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน"
การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พิจารณาได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 23

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

สื่อ	เพศ	MEAN	Standard Deviation	Standard Error	t Value	D.F.	2-tail Prob.
ใบเสร็จรับเงินของการประปาฯ	ชาย	1.9159	0.870	0.084	-2.42	264	0.016 [*]
	หญิง	2.1781	0.853	0.068			
สติ๊กเกอร์	ชาย	1.9083	0.714	0.068	0.90	265	0.371
	หญิง	1.8291	0.707	0.056			
โปสเตอร์	ชาย	2.1518	0.803	0.057	-0.13	277	0.899
	หญิง	2.1617	0.661	0.051			
หนังสือพิมพ์	ชาย	2.5984	0.492	0.044	0.36	314	0.719
	หญิง	2.5767	0.546	0.040			
นิตยสาร/วารสาร	ชาย	2.2857	0.560	0.053	-1.98	294	0.048 [*]
	หญิง	2.4402	0.699	0.062			
โทรทัศน์	ชาย	2.8623	0.386	0.033	-0.98	345	0.327
	หญิง	2.8995	0.317	0.022			
วิทยุ	ชาย	2.6667	0.550	0.048	-0.86	326	0.390
	หญิง	2.7186	0.523	0.037			
เจ้าหน้าที่การประปาฯ	ชาย	1.2268	0.421	0.043	-2.47	241	0.014 [*]
	หญิง	1.4110	0.650	0.064			
บุคคลอื่น ๆ	ชาย	1.6000	0.775	0.131	-2.65	104	0.009 [*]
	หญิง	2.0141	0.746	0.089			

จากตารางที่ 23 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test พบว่า มีความแตกต่างในเรื่องการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ระหว่างเพศหญิง และเพศชาย โดยพบว่าเพศหญิงมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย โดยพบค่าเฉลี่ยมากกว่า ในสื่อใบเสร็จรับเงินของการประปาฯ, นิตยสาร/วารสารทั่วไป, เจ้าหน้าที่การประปา และบุคคลอื่น ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 24

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

สื่อ	แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ใบเสร็จรับเงินของการประปา	ระหว่างกลุ่ม	7	7.9255	1.1322	1.5246	0.1591
	ภายในกลุ่ม	257	190.8519	0.7426		
	รวม	264	198.7774			
สติ๊กเกอร์	ระหว่างกลุ่ม	6	4.7473	0.7912	1.5932	0.1493
	ภายในกลุ่ม	260	129.1253	0.4966		
	รวม	266	133.8726			
โปสเตอร์	ระหว่างกลุ่ม	7	4.5865	0.6552	1.6369	0.1250
	ภายในกลุ่ม	271	108.4744	0.4003		
	รวม	278	113.0609			
หนังสือพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	7	3.2036	0.4577	1.6863	0.1117
	ภายในกลุ่ม	307	83.3170	0.2714		
	รวม	314	86.5206			
นิตยสาร/วารสาร	ระหว่างกลุ่ม	6	1.8729	0.3122	0.7273	0.6279
	ภายในกลุ่ม	288	123.6051	0.4292		
	รวม	294	125.4780			
โทรทัศน์	ระหว่างกลุ่ม	6	3.5372	0.5895	5.2818	0.0000*
	ภายในกลุ่ม	339	37.8385	0.1116		
	รวม	345	41.3757			
วิทยุ	ระหว่างกลุ่ม	7	1.1052	0.1579	0.5479	0.7977
	ภายในกลุ่ม	319	91.9223	0.2882		
	รวม	326	93.0275			
เจ้าหน้าที่การประปา	ระหว่างกลุ่ม	6	3.3538	0.5590	1.7137	0.1185
	ภายในกลุ่ม	236	76.9755	0.3262		
	รวม	242	80.3293			
บุคคลอื่น ๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	7.3984	1.4797	2.6419	0.0275*
	ภายในกลุ่ม	100	56.0072	0.5601		
	รวม	105	63.4054			

จากตารางที่ 24 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำกับอายุ โดยพบความแตกต่างในสื่อดังนี้คือ สื่อโทรทัศน์และบุคคลอื่น จึงได้นำมาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 25

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อโทรทัศน์ในการประหยัดน้ำ
กับระดับอายุ เป็นรายคู่โดยวิธีการของ SCHEFFÉ

ระดับอายุ	MEAN	46-50 ปี	21-25 ปี	36-40 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	41-45 ปี
		2.0000	2.8618	2.8947	2.9021	2.9231	3.0000	3.0000
46-50 ปี	2.0000	0.0000						
21-25 ปี	2.8618	0.8618*	0.0000					
36-40 ปี	2.8947	0.8947*	0.0329	0.0000				
26-30 ปี	2.9021	0.9021*	0.0403	0.0074	0.0000			
31-35 ปี	2.9231	0.9231*	0.0613	0.0284	0.0210	0.0000		
ต่ำกว่า 20 ปี	3.0000	1.0000*	0.1382	0.1053	0.0979	0.0769	0.0000	
41-45 ปี	3.0000	1.0000*	0.1382	0.1053	0.0979	0.0769	0.0000	0.0000

จากผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี SCHEFFÉ พบว่าผู้ที่มีอายุอยู่ในกลุ่ม 41-45 ปี และต่ำกว่า 20 มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับสื่อโทรทัศน์ในการประหยัดน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุอยู่ในกลุ่ม 31-35 ปี, 26-30 ปี, 36-40 ปี และ 21-25 ปี ต่างก็มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับสื่อโทรทัศน์ในการประหยัดน้ำมากกว่าผู้ที่มีอายุ 46-50 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 26

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากบุคคลอื่น ๆ ในการประหยัหน้า
กับระดับอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีการของ SCHEFFÉ

ระดับอายุ	MEAN	31-35 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	36-40 ปี	26-30 ปี	21-25 ปี	41-45 ปี
		2.0000	2.8618	2.8947	2.9021	2.9231	3.0000
31-35 ปี	1.3000	0.0000					
ต่ำกว่า 20 ปี	1.5714	0.2714	0.0000				
36-40 ปี	1.8000	0.5000	0.2286	0.0000			
26-30 ปี	1.8837	0.5837*	0.3123	0.0837	0.0000		
21-25 ปี	2.0256	0.7256*	0.4542	0.2256	0.1429	0.0000	
41-45 ปี	3.0000	1.7000*	1.4286*	1.2000	1.1173	0.9744	0.0000

จากผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี SCHEFFÉ พบว่าผู้ที่มีอายุ
อยู่ในกลุ่ม 41-45 ปี, 21-25 ปี, 26-30 ปี และต่ำกว่า 20 ปี ตามลำดับ
ต่างมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมของการรับสื่อจากบุคคลอื่น ๆ ในการประหยัหน้ามากกว่า
ผู้ที่มีอายุ 31-35 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ 0.05

ตารางที่ 27

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมมารับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

สื่อ	แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ใบเสร็จรับเงินของการประปา	ระหว่างกลุ่ม	4	4.5221	1.1305	1.5122	0.1989
	ภายในกลุ่ม	261	195.1207	0.7476		
	รวม	265	199.6428			
สติ๊กเกอร์	ระหว่างกลุ่ม	4	2.3267	0.5817	1.1585	0.3296
	ภายในกลุ่ม	262	131.5459	0.5021		
	รวม	266	133.8726			
โปสเตอร์	ระหว่างกลุ่ม	4	3.0212	0.7533	1.8807	0.1140
	ภายในกลุ่ม	274	110.0398	0.4018		
	รวม	278	113.0610			
หนังสือพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	4	6.1384	1.5348	5.9247	0.0001 ^M
	ภายในกลุ่ม	311	80.5648	0.2590		
	รวม	315	86.6930			
นิตยสาร/วารสาร	ระหว่างกลุ่ม	4	3.1959	0.7990	1.8954	0.1113
	ภายในกลุ่ม	291	122.6656	0.4215		
	รวม	295	125.8615			
โทรทัศน์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.2785	0.3196	2.7253	0.0294 ^M
	ภายในกลุ่ม	342	40.1105	0.1173		
	รวม	346	41.1105			
วิทยุ	ระหว่างกลุ่ม	4	5.9185	1.4796	5.4806	0.0003 ^M
	ภายในกลุ่ม	323	87.2004	0.2700		
	รวม	327	83.1189			
เจ้าหน้าที่การประปา	ระหว่างกลุ่ม	4	7.7344	1.9338	6.3393	0.0001 ^M
	ภายในกลุ่ม	238	72.5948	0.3050		
	รวม	242	80.3292			
บุคคลอื่น ๆ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.3977	0.5994	0.9923	0.4153
	ภายในกลุ่ม	101	61.0080	0.6040		
	รวม	105	63.4057			

จากตารางที่ 27 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F -test พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ กับระดับการศึกษา โดยพบความแตกต่างในสื่อดังนี้คือ สื่อหนังสือพิมพ์, สื่อเจ้าหน้าที่การประปาฯ สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ ตามลำดับ จึงได้นำมาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 28

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากหนังสือพิมพ์ ในการประหยัหน้า
กับระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ SCHEFFÉ

ระดับการศึกษา	MEAN	สูงกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	มัธยมศึกษา	ปวส./ปวท. อนุปริญญา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา
		2.8857	2.4656	2.6200	2.7288	3.0000
สูงกว่าปริญญาตรี	2.2857	0.0000				
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2.4656	0.1799	0.0000			
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	2.6200	0.3343*	0.1544	0.0000		
ปวส./ปวท./อนุปริญญา	2.7288	0.4431*	0.2632*	0.1088	0.0000	
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3.0000	0.7143*	0.5344	0.3800	0.2712	0.0000

จากผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี SCHEFFÉ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา, ปวส./ปวท./อนุปริญญา, มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และระดับปริญญาตรี ตามลำดับ ต่างมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับสื่อจากหนังสือพิมพ์ในการประหยัหน้ามากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 29

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากโทรทัศน์ ในการประหยัดน้ำ
กับระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยวิธีทการของ SCHEFFÉ

ระดับการศึกษา	MEAN	สูงกว่า ปริญญาตรี	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	ปวส./ปวท. อนุปริญญาตรี
		2.6250	2.7500	2.8772	2.8944	2.9141
สูงกว่าปริญญาตรี	2.6250	0.0000				
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	2.7500	0.1250	0.0000			
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	2.8772	0.2522*	0.1272	0.0000		
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2.8944	0.2694*	0.1444*	0.0172	0.0000	
ปวส./ปวท./อนุปริญญาตรี	2.9141	0.2891*	0.1641	0.0369	0.0197	0.0000

จากผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี SCHEFFÉ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับ ปวส./ปวท./อนุปริญญาตรี, ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ตามลำดับ ต่างมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับสื่อจากโทรทัศน์ ในเรื่องการประหยัดน้ำมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี เป็นค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 30

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากวิทยุ ในการประหยัดน้ำ
กับระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ SCHEFFÉ

ระดับการศึกษา	MEAN	สูงกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	มัธยมศึกษา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	ปวส./ปวท. อนุปริญญา
		2.4286	2.5682	2.7547	2.8000	
สูงกว่าปริญญาตรี	2.4286	0.0000				
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2.5682	0.1396	0.0000			
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	2.7547	0.3261*	0.1865*	0.0000		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	2.8000	0.3714	0.2318	0.0453	0.0000	
ปวส./ปวท./อนุปริญญา	2.8387	0.4101*	0.2705*	0.0840	0.0387	0.0000

จากผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี SCHEFFÉ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับ ปวส./ปวท./อนุปริญญา, มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และปริญญาตรี ตามลำดับ ต่างก็มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับสื่อวิทยุ ในเรื่องการประหยัดน้ำมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี เป็นค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 31

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากเจ้าหน้าที่การประปาฯ
ในการประหยัคน้ำกับระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ SCHEFFÉ

ระดับการศึกษา	MEAN	สูงกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปวส./ปวท. อนุปริญญา	มัธยมศึกษา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา
		1.0000	1.1837	1.4409	1.4762	2.5000
สูงกว่าปริญญาตรี	1.0000	0.0000				
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	1.1837	0.1837	0.0000			
ปวส./ปวท./อนุปริญญา	1.4409	0.4409*	0.2572*	0.0000		
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	1.4762	0.4762*	0.2925*	0.0353	0.0000	
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	2.5000	1.5000*	1.3163*	1.0591*	1.0238*	0.0000

จากผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี SCHEFFÉ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับสื่อจากเจ้าหน้าที่การประปาฯ ในเรื่องการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า, ปวส./ปวท./อนุปริญญา และปริญญาตรี ตามลำดับต่างมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับสื่อจากเจ้าหน้าที่การประปาฯ ในเรื่องการประหยัคน้ำมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี เป็นค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 32
แสดง ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมรับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

สื่อ	แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
โบเสร์จรับเงินของการประปา	ระหว่างกลุ่ม	6	3.0931	0.5155	0.6839	0.6628
	ภายในกลุ่ม	255	192.2237	0.7538		
	รวม	261	195.3168			
สติ๊กเกอร์	ระหว่างกลุ่ม	6	1.8115	0.3019	0.5921	0.7365
	ภายในกลุ่ม	256	130.5307	0.5099		
	รวม	262	132.3422			
โปสเตอร์	ระหว่างกลุ่ม	6	3.4772	0.5895	1.4450	0.1976
	ภายในกลุ่ม	268	107.4828	0.4011		
	รวม	274	110.9600			
หนังสือพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	6	4.8706	0.8118	0.8118	0.0065 ^m
	ภายในกลุ่ม	302	80.2750	0.2658		
	รวม	308	85.1456			
นิตยสาร/วารสาร	ระหว่างกลุ่ม	6	1.2229	0.2038	0.4708	0.8298
	ภายในกลุ่ม	284	122.9489	0.4329		
	รวม	290	124.1718			
โทรทัศน์	ระหว่างกลุ่ม	6	1.1677	0.1946	1.6151	0.1421
	ภายในกลุ่ม	333	40.1264	0.1205		
	รวม	339	41.2941			
วิทยุ	ระหว่างกลุ่ม	6	3.1515	0.5253	1.8506	0.0890
	ภายในกลุ่ม	313	88.8360	0.2838		
	รวม	319	91.9875			
เจ้าหน้าที่การประปา	ระหว่างกลุ่ม	6	2.7952	0.4659	1.4024	0.2145
	ภายในกลุ่ม	232	77.0709	0.3322		
	รวม	238	879.8661			
บุคคลอื่น ๆ	ระหว่างกลุ่ม	6	3.7451	0.6242	1.0165	0.4294
	ภายในกลุ่ม	95	58.3333	0.6140		
	รวม	101	662.0784			

จากตารางที่ 32 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรม การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำกับอาชีพ โดยพบความแตกต่างในสื่อหนังสือพิมพ์เพียงสื่อเดียว จึงได้นำมาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ในตารางที่ 33

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับสื่อจากหนังสือพิมพ์ ในการประหยัดน้ำกับอาชีพเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ SCHEFFE

อาชีพ	MEAN	แม่บ้าน	นักเรียน	รับจ้าง	พนักงาน	รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ
แม่บ้าน	1.0000	1.0000	2.2500	2.5000	2.5532	2.6000	2.7143	2.7547
นักเรียน/นักศึกษา	2.2500	0.0000	0.0000					
กรรมกร/พ่อค้าแม่ค้า/รับจ้าง	2.5000	1.2500*	0.2500	0.0000				
พนักงานบริษัท/เสมียนห้างร้าน	2.5532	1.5000*	0.3032	0.0532	0.0000			
รัฐวิสาหกิจ	2.6000	1.6000*	0.2500	0.1000	0.0468	0.0000		
ค้าขายมีร้านค้า/มีธุรกิจส่วนตัว	2.7143	1.7143*	0.4643	0.2143	0.1611	0.1143	0.0000	
รับราชการ	2.7547	1.7547*	0.5047	0.2547	0.2015*	0.1547	0.0404	0.0000

จากผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี SCHEFFE พบว่า ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับสื่อจากหนังสือพิมพ์ในเรื่องการประหยัดน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ค้าขายมีร้านค้า/มีธุรกิจส่วนตัว, รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท/เสมียนห้างร้าน, กรรมกร/พ่อค้าแม่ค้า/รับจ้าง และนักเรียน นักศึกษา ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับสื่อจากหนังสือพิมพ์ในเรื่องการประหยัดน้ำมากกว่าผู้ที่ทำอาชีพ แม่บ้าน เป็นค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

ผลจากการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าทางสถิติโดยวิธีการ t-test และ F-test จากตารางที่ 23-33 พบว่าลักษณะประชากรและสังคมที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เกี่ยวกับการประหยัคน้ำที่แตกต่างกันดังนี้

1. เพศ พบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมในการรับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัคน้ำที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้
 - พบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากกว่าเพศชาย โดยพบความแตกต่างในสื่อ ดังต่อไปนี้
 - 1.1 ใบเสร็จรับเงินจากการประปา
 - 1.2 นิตยสาร/วารสารทั่วไป
 - 1.3 เจ้าหน้าที่การประปา
 - 1.4 บุคคลอื่น ๆ เช่น ญาติ, พ่อแม่พี่น้อง, เพื่อนฝูง ฯลฯ
 - ส่วนสื่ออื่นๆ ไม่พบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรม รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ
2. อายุ พบความแตกต่างระหว่างอายุ กับพฤติกรรมในการรับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัคน้ำที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้
 - 2.1 โทรทัศน์
 - พบว่า ผู้ที่มีอายุอยู่ในกลุ่ม 41-45 ปี และต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ 31-35 ปี, 26-30 ปี, 36-40 ปี และ 21-25 ปี ตามลำดับ ต่างก็มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสาร จากสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากกว่าผู้ที่มี อายุอยู่ในกลุ่ม 46-50 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05

2.2 บุคคลอื่น ๆ

- พบว่า ผู้ที่มีอายุอยู่ในกลุ่ม 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อบุคคลอื่น ๆ เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 21-25 ปี, 26-30 ปี และต่ำกว่า 20 ปี ตามลำดับ ต่างมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อบุคคลอื่น ๆ เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากกว่าผู้ที่มีอายุ 31-35 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- ส่วนในสื่ออื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ

3. ระดับการศึกษา

พบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาับพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้

3.1 หนังสือพิมพ์

- พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือระดับปวส./ปวท./อนุปริญญา, มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าและปริญญาตรี ตามลำดับ ต่างมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.2 โทรทัศน์

- พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปวส./ปวท./อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและ

มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าตามลำดับ ต่างมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.3 วิทย์

- พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ บวส./บวท./อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อวิทยุเกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และปริญญาตรีหรือเทียบเท่าตามลำดับ ต่างมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อวิทยุเกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.4 เจ้าหน้าที่การประปาฯ

- พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การประปาฯ เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า, บวส./บวท./อนุปริญญา และปริญญาตรีหรือเทียบเท่าตามลำดับ ต่างมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การประปาฯ มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- ส่วนในสื่ออื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ

4. อาชีพ

พบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ ดังนี้

4.1 หนังสือพิมพ์

- พบว่า ผู้ที่มีอาชีพรับราชการมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคืออาชีพค้าขายมีร้านค้า/มีธุรกิจส่วนตัว, รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท/เสมียนห้างร้าน, กรรมการ/พ่อค้าแม่ค้า/หาบเร่/รับจ้าง และนักเรียนนักศึกษา ตามลำดับ ต่างมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- ส่วนในสื่ออื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ

สมมติฐานข้อที่ 3

"ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติและพฤติกรรมในการประหยัคน้ำแตกต่างกัน"

การทดสอบสมมติฐานข้อนี้ได้แบ่งการทดสอบย่อย 2 ประการคือ

3.1 "ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการประหยัคน้ำแตกต่างกัน"

3.2 "ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการประหยัคน้ำแตกต่างกัน"

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8.1 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 34

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

เพศ	MEAN	Standard Deviation	Standard Error	+Value	D.F.	2-tail Prob
ชาย	3.8232	.959	.076	-.77	398	.440
หญิง	3.8941	.861	.068			

จากตารางที่ 34 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test พบว่า ไม่มี
ความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชายกับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

ตารางที่ 35
แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	7	6.4554	.9222	1.1302	.3431
ภายในกลุ่ม	390	318.2180	.8159		
รวม	397	324.6734			

จากตารางที่ 35 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่า ไม่มี
ความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

ตารางที่ 36

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	4	4.6861	1.1715	1.4460	.2181
ภายในกลุ่ม	395	320.0239	.8102		
รวม	399	324.7100			

จากตารางที่ 36 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่า ไม่มี ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

ตารางที่ 37
แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	6	3.2273	.5379	.6428	.6959
ภายในกลุ่ม	384	321.3149	.8368		
รวม	390	324.5422			

จากตารางที่ 37 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่า ไม่มี ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

ตารางที่ 37
แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	6	3.2273	.5379	.6428	.6959
ภายในกลุ่ม	384	321.3149	.8368		
รวม	390	324.5422			

จากตารางที่ 37 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่า ไม่มี ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

ตารางที่ 39

แสดงถึงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	5	2.9512	.5902	.4830	.7887
ภายในกลุ่ม	171	208.9810	1.2221		
รวม	176	211.9322			

จากตารางที่ 39 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่า ไม้มีความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

ตารางที่ 40

แสดงถึงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	4	23.4492	5.8623	5.3496	.0004*
ภายในกลุ่ม	172	188.4830	1.0958		
รวม	176	211.9322			

จากตารางที่ 10 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่า มีความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

ตารางที่ 41

แสดงค่า F โดยวิธีการของ SCHEFFE ในการเปรียบเทียบระดับการศึกษาถึงพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

ระดับการศึกษา	MEAN	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	ปวส./ปวท. อนุปริญญา	มัธยมศึกษา
		.0000	.1558	.4286	.8525	.9667
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	.0000	.0000				
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	.1558	.1558	.0000			
สูงกว่าปริญญาตรี	.4286	.4286	.2728	.0000		
ปวส./ปวท./อนุปริญญา	.8525	.8525	*.6967	.4239	.0000	
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	.9667	.9667*	*.8109	.5381	.1142	.0000

จากผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี SCHEFFE พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา และผู้ที่มีการศึกษาในระดับปวส./ปวท./อนุปริญญา มีพฤติกรรมการประหยัดน้ำมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 42

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

แหล่งความแปรปรวน	D.F.	Sum of Squares	MEAN Squares	F Ratio	F Prob.
ระหว่างกลุ่ม	6	7.2525	1.2088	1.0039	.4245
ภายในกลุ่ม	170	204.6797	1.2040		
รวม	176	211.9322			

จากตารางที่ 42 ได้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test พบว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.2

ผลจากการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test และ F-test พบว่า ไม่มีความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมการประหยัดน้ำจำแนกตาม เพศ อายุ และอาชีพ มีความแตกต่างกับพฤติกรรมประหยัดน้ำเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา โดยพบว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่ามีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการประหยัดน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปวส./ปวท./อนุปริญญา พบว่ามีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการประหยัดน้ำมากกว่าระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ได้แบ่งการทดสอบย่อยออกเป็น 2 ประการ ได้พบว่า

ผลจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.1

จากตารางที่ 34-37 พบว่า ไม่มีความแตกต่างในเรื่องทัศนคติต่อการประหยัคน้ำ เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.2

จากตารางที่ 38-42 พบว่า ไม่มีความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมการประหยัคน้ำ เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ แต่จะพบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมการประหยัคน้ำ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา คือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และ ปวส./ปวท./อนุปริญญา ตามลำดับมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการประหยัคน้ำมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4

"พฤติกรรมการรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัคน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจะสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการประหยัคน้ำ"

การทดสอบสมมติฐานข้อนี้ ได้แบ่งการทดสอบเป็นการทดสอบย่อย

3 ประการคือ

4.1 "พฤติกรรมการรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัคน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะสัมพันธ์กับความรู้ในการประหยัคน้ำ"

4.2 "พฤติกรรมการรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัคน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการประหยัคน้ำ"

4.3 "พฤติกรรมการรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัคน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะสัมพันธ์กับพฤติกรรมการประหยัคน้ำ"

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4.1

การวิเคราะห์สมมติฐานข้อนี้พิจารณาได้จากพฤติกรรมการรับข่าวสาร โดยแยกตามสื่อต่าง ๆ พบว่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 43
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารจากโมเล็ร์จรับเงิน
กับความรู้อีกเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับความรู้	ต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้าง มาก	สูง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		16	64	21	1	92
		(17.4)	(58.7)	(22.8)	(1.1)	(33.7)
	นาน ๆ ครั้ง	16	35	18	0	69
		(23.2)	(50.7)	(26.1)	(0.0)	(25.3)
สม่ำเสมอ		19	60	30	3	112
		(17.0)	(53.8)	(26.8)	(2.7)	(41.0)
รวม		51	149	69	4	273
		(18.7)	(54.6)	(25.3)	(1.5)	(100.0)

$$X^2 = 4.06697 \quad D.F. = 6, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 44
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารจากสติ๊กเกอร์
กับความรู้อีกเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับความรู้	ต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้าง มาก	สูง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		15	47	28	1	91
		(18.5)	(51.8)	(30.8)	(1.1)	(33.2)
นาน ๆ ครั้ง		25	75	28	3	131
		(19.1)	(57.3)	(21.4)	(2.3)	(47.8)
สม่ำเสมอ		10	28	13	1	52
		(19.2)	(53.8)	(25.0)	(1.9)	(19.0)
รวม		50	150	69	5	274
		(18.2)	(54.7)	(25.2)	(1.8)	(100.0)

$$X^2 = 2.85441 \quad D.F. = 6, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 45
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากโปสเตอร์
กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับความรู้	ต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้างมาก	สูง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		7	24	8	1	40
		(17.5)	(60.0)	(20.0)	(2.5)	(14.0)
นาน ๆ ครั้ง		35	87	38	3	163
		(21.5)	(53.4)	(23.3)	(1.8)	(57.0)
สม่ำเสมอ		14	41	27	1	83
		(16.9)	(49.4)	(32.5)	(1.2)	(29.0)
รวม		56	152	73	5	286
		(19.6)	(53.1)	(25.5)	(1.7)	(100.0)

$$\chi^2 = 3.93700 \quad \text{D.F.} = 6, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 46
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์
กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับความรู้	ต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้างมาก	สูง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		1	3	4	0	8
		(12.5)	(37.5)	(50.0)	(0.0)	(2.5)
นาน ๆ ครั้ง		29	61	29	3	122
		(23.8)	(50.0)	(23.8)	(2.5)	(37.8)
สม่ำเสมอ		40	104	47	2	193
		(20.7)	(53.9)	(24.4)	(1.0)	(59.8)
รวม		70	168	80	5	323
		(21.7)	(52.0)	(24.8)	(1.5)	(100.0)

$$\chi^2 = 4.41074 \quad \text{D.F.} = 6, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 47
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากนิตยสาร
กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับความรู้	ต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้าง มาก	สูง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		6 (25.0)	13 (54.2)	5 (20.8)	0 (0.0)	24 (7.9)
นาน ๆ ครั้ง		34 (23.4)	77 (53.1)	31 (21.4)	3 (2.1)	145 (47.7)
สม่ำเสมอ		22 (18.4)	76 (56.0)	36 (26.9)	1 (0.7)	134 (44.1)
รวม		62 (20.4)	165 (54.3)	72 (24.0)	4 (1.3)	304 (100.0)

$$\chi^2 = 7.46887 \quad D.F. = 6, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 48
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากโทรทัศน์
กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับความรู้	ต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้าง มาก	สูง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		0 (0.0)	1 (33.3)	2 (86.7)	0 (0.0)	3 (0.8)
นาน ๆ ครั้ง		11 (29.7)	21 (56.8)	5 (13.5)	0 (0.0)	37 (10.4)
สม่ำเสมอ		66 (20.9)	165 (52.2)	80 (26.3)	5 (1.6)	316 (88.8)
รวม		27 (21.6)	187 (52.5)	87 (24.4)	5 (1.4)	356 (100.0)

$$\chi^2 = 6.92303 \quad D.F. = 6, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 49
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากวิทยุ
กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับความรู้	ต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้างมาก	สูง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		4 (30.8)	7 (53.8)	2 (15.4)	0 (0.0)	13 (3.9)
นาน ๆ ครั้ง		19 (24.7)	42 (54.5)	16 (20.8)	0 (0.0)	77 (22.9)
สม่ำเสมอ		50 (20.3)	128 (52.0)	63 (25.6)	5 (2.0)	246 (73.2)
รวม		73 (21.7)	177 (52.7)	81 (24.1)	5 (1.5)	336 (100.0)

$$\chi^2 = 3.91730 \quad D.F. = 6, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 50
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การประปา
กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับความรู้	ต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้างมาก	สูง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		29 (16.3)	101 (56.7)	46 (25.3)	3 (1.7)	178 (71.2)
นาน ๆ ครั้ง		11 (19.3)	33 (57.9)	13 (22.8)	0 (0.0)	57 (22.8)
สม่ำเสมอ		8 (58.3)	5 (13.3)	2 (13.3)	0 (0.0)	15 (6.0)
รวม		48 (19.2)	139 (56.8)	60 (24.0)	3 (1.2)	250 (100.0)

$$\chi^2 = 13.39981 \quad D.F. = 6, \quad p < 0.05$$

ตารางที่ 51
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากบุคคลอื่น
กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ระดับความรู้ พฤติกรรมการรับข่าวสาร	ต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้าง มาก	สูง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	4 (10.3)	26 (66.7)	8 (20.5)	1 (2.6)	39 (36.4)
นาน ๆ ครั้ง	9 (21.4)	19 (48.2)	12 (28.6)	2 (4.8)	42 (39.3)
สม่ำเสมอ	6 (23.1)	17 (65.4)	3 (11.5)	0 (0.0)	26 (24.3)
รวม	19 (17.8)	62 (57.9)	23 (21.5)	3 (2.8)	107 (100.0)

$$\chi^2 = 7.40593 \quad D.F. = 6, \quad p > 0.05$$

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 4.1

จากตารางที่ 43-51 ผลจากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ พบว่า สื่อที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมีเพียงสื่อเดียวคือเจ้าหน้าที่ของการประปาฯ ส่วนในสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4.2

การวิเคราะห์สมมติฐานข้อนี้พิจารณาได้จากพฤติกรรมการรับข่าวสาร โดยแยกตามสื่อต่าง ๆ พบว่ามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 52

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารจากใบเสร็จรับเงินฯ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการ รับข่าวสาร	ระดับทัศนคติ					
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	18 (19.8)	10 (10.9)	15 (16.3)	26 (30.4)	21 (22.8)	90 (31.5)
นาน ๆ ครั้ง	15 (21.7)	7 (10.1)	14 (20.3)	17 (29.1)	13 (18.8)	66 (21.0)
สม่ำเสมอ	33 (38.4)	14 (12.5)	22 (19.8)	27 (24.1)	6 (5.4)	102 (47.5)
รวม	66 (24.2)	31 (11.4)	51 (18.7)	70 (31.0)	40 (14.7)	258 (100.0)

$$X^2 = 19.35769 \quad D.F. = 10, \quad p < 0.05$$

ตารางที่ 53

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารจากสติ๊กเกอร์ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการ รับข่าวสาร	ระดับทัศนคติ					
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	23 (29.6)	10 (11.0)	16 (17.6)	21 (23.1)	17 (18.7)	87 (36.6)
นาน ๆ ครั้ง	34 (26.0)	15 (11.6)	28 (21.4)	36 (29.6)	15 (11.5)	127 (45.6)
สม่ำเสมอ	10 (19.2)	8 (15.4)	4 (7.7)	13 (30.6)	12 (27.2)	47 (19.0)
รวม	67 (26.2)	33 (12.0)	48 (18.5)	69 (27.2)	44 (16.1)	261 (100.0)

$$X^2 = 12.72184 \quad D.F. = 10, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 54

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากโปสเตอร์ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการ รับข่าวสาร	ระดับทัศนคติ		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง						
ไม่เคยได้รับเลย	7 (17.5)	4 (10.0)	4 (10.0)	17 (47.5)	6 (15.0)	38 (16.7)		
นาน ๆ ครั้ง	43 (26.4)	15 (9.2)	30 (18.4)	47 (32.5)	22 (13.5)	157 (48.1)		
สม่ำเสมอ	18 (27.0)	16 (20.2)	15 (18.1)	12 (14.5)	16 (20.2)	77 (37.2)		
รวม	68 (23.1)	35 (14.8)	49 (19.3)	76 (26.2)	44 (17.6)	272 (100.0)		

$$X^2 = 18.74677 \quad D.F. = 10, \quad p < 0.05$$

ตารางที่ 55

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการ รับข่าวสาร	ระดับทัศนคติ		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง						
ไม่เคยได้รับเลย	3 (37.5)	1 (12.6)	1 (12.6)	3 (37.6)	0 (0.0)	8 (2.5)		
นาน ๆ ครั้ง	30 (24.6)	12 (9.8)	25 (20.5)	36 (29.5)	19 (16.6)	122 (37.8)		
สม่ำเสมอ	56 (29.0)	30 (16.5)	30 (15.5)	48 (23.8)	31 (16.1)	193 (69.8)		
รวม	89 (27.5)	43 (13.3)	56 (17.3)	86 (26.3)	50 (15.5)	323 (100.0)		

$$X^2 = 11.83926 \quad D.F. = 10, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 56

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการรับข่าวสารจากนิตยสาร กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการ รับข่าวสาร	ระดับทัศนคติ		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย						
ไม่เคยได้รับเลย	7 (29.1)	2 (8.3)	0 (0.0)	10 (41.7)	5 (20.8)	24 (7.9)		
นาน ๆ ครั้ง	41 (28.2)	22 (15.2)	29 (20.0)	31 (21.4)	22 (15.2)	145 (47.7)		
สม่ำเสมอ	37 (27.4)	18 (13.3)	24 (17.8)	37 (27.4)	19 (14.1)	135 (44.4)		
รวม	85 (28.0)	42 (13.8)	53 (17.4)	78 (26.7)	46 (15.1)	304 (100.0)		

$$X^2 = 11.04450 \quad D.F. = 10, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 57

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการรับข่าวสารจากโทรทัศน์ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการ รับข่าวสาร	ระดับทัศนคติ		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย						
ไม่เคยได้รับเลย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	2 (68.7)	3 (0.8)		
นาน ๆ ครั้ง	4 (10.9)	8 (16.2)	7 (18.9)	14 (37.8)	6 (16.2)	37 (10.4)		
สม่ำเสมอ	92 (29.1)	46 (14.8)	64 (17.1)	78 (24.7)	48 (16.4)	316 (88.8)		
รวม	96 (27.0)	52 (14.6)	61 (17.1)	93 (26.1)	54 (16.2)	358 (100)		

$$X^2 = 13.71167 \quad D.F. = 10, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 58

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากวิทยุ กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการ รับข่าวสาร	ระดับทัศนคติ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		3 (23.1)	0 (0.0)	4 (30.8)	4 (30.8)	2 (15.4)	13 (3.9)
นาน ๆ ครั้ง		17 (22.1)	9 (11.7)	16 (20.8)	24 (31.2)	11 (14.3)	77 (22.9)
สม่ำเสมอ		72 (29.3)	37 (15.0)	38 (15.4)	59 (24.0)	40 (16.3)	246 (73.2)
รวม		92 (27.4)	46 (13.7)	68 (17.3)	87 (26.9)	63 (16.8)	336 (100)

$$\chi^2 = 8.44285 \quad \text{D.F.} = 10, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 59

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การประปา กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการ รับข่าวสาร	ระดับทัศนคติ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		57 (32.0)	23 (12.9)	32 (18.0)	41 (23.0)	26 (14.1)	178 (71.2)
นาน ๆ ครั้ง		11 (19.3)	7 (12.3)	11 (19.3)	16 (28.1)	12 (21.1)	57 (22.8)
สม่ำเสมอ		6 (40.0)	1 (6.7)	0 (0.0)	8 (53.8)	0 (0.0)	16 (6.0)
รวม		74 (29.6)	31 (12.4)	43 (17.2)	65 (26.0)	37 (14.8)	260 (100)

$$\chi^2 = 16.95612 \quad \text{D.F.} = 10, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 60

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากบุคคลอื่น กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการ รับข่าวสาร	ระดับทัศนคติ		ทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ			รวม
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
ไม่เคยได้รับเลย	9 (23.1)	7 (17.9)	4 (10.3)	12 (30.8)	7 (17.9)	39 (36.4)
นาน ๆ ครั้ง	13 (31.0)	4 (9.5)	12 (28.6)	11 (26.2)	2 (4.8)	42 (39.3)
สม่ำเสมอ	9 (34.6)	2 (7.7)	2 (7.7)	9 (34.6)	4 (15.4)	26 (24.3)
รวม	31 (29.1)	13 (12.1)	18 (16.8)	32 (29.9)	13 (12.1)	107 (100)

$$X^2 = 13.47686 \quad D.F. = 10, \quad p > 0.05$$

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 4.2

จากตารางที่ 62-80 ผลจากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ กับทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ พบว่า สื่อที่มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารกับทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ คือสื่อใบเสร็จรับเงินจากการประปาฯ และสื่อโปสเตอร์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4.3

การวิเคราะห์สมมติฐานข้อนี้พิจารณาได้จากพฤติกรรมกรับข่าวสาร โดยแยกตามสื่อต่าง ๆ พบว่ามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 61
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากใบเสร็จรับเงิน
กับพฤติกรรมกรับประทัยค้ำ

ระดับพฤติกรรม	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
พฤติกรรมรวมในการรับข่าวสาร				
ไม่เคยได้รับเลย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.7)	1 (1.7)
นาน ๆ ครั้ง	9 (40.0)	3 (27.3)	12 (44.4)	24 (40.0)
สม่ำเสมอ	13 (59.10)	8 (72.7)	14 (51.9)	35 (58.3)
รวม	22 (36.7)	11 (18.3)	27 (45.0)	60 (100.0)

$$\chi^2 = 2.39286 \quad \text{D.F.} = 4, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 62
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากสติ๊กเกอร์
กับพฤติกรรมกรับประทัยค้ำ

ระดับพฤติกรรม	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
พฤติกรรมรวมในการรับข่าวสาร				
ไม่เคยได้รับเลย	1 (5.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.7)
นาน ๆ ครั้ง	7 (35.0)	12 (54.5)	6 (35.3)	25 (42.4)
สม่ำเสมอ	12 (60.0)	10 (45.5)	11 (64.7)	33 (55.9)
รวม	20 (33.9)	22 (37.3)	17 (28.8)	59 (100.0)

$$\chi^2 = 3.90186 \quad \text{D.F.} = 4, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 63
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากโปสเตอร์
กับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

ระดับพฤติกรรม	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
พฤติกรรมในการรับข่าวสาร				
ไม่เคยได้รับเลย	0 (0.0)	1 (2.8)	0 (0.0)	1 (1.6)
นาน ๆ ครั้ง	1 (25.0)	17 (47.2)	7 (31.8)	25 (40.3)
สม่ำเสมอ	3 (75.0)	18 (50.0)	15 (68.2)	36 (58.1)
รวม	4 (6.5)	36 (58.1)	22 (36.5)	62 (100.0)

$$X^2 = 2.76338 \quad D.F. = 4, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 64
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์
กับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

ระดับพฤติกรรม	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
พฤติกรรมในการรับข่าวสาร				
ไม่เคยได้รับเลย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.1)	1 (1.4)
นาน ๆ ครั้ง	0 (0.0)	6 (27.3)	20 (41.7)	26 (37.1)
สม่ำเสมอ	0 (0.0)	16 (72.7)	27 (56.3)	43 (61.4)
รวม	0 (0.0)	22 (31.4)	48 (68.6)	70 (100.0)

$$X^2 = 1.96668 \quad D.F. = 2, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 65
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากนิตยสาร
กับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

ระดับพฤติกรรม	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
พฤติกรรมในการรับข่าวสาร				
ไม่เคยได้รับเลย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.6)	1 (1.6)
นาน ๆ ครั้ง	1 (50.0)	17 (50.0)	8 (28.6)	26 (40.6)
สม่ำเสมอ	1 (50.0)	17 (50.0)	19 (67.9)	37 (57.8)
รวม	2 (3.1)	34 (63.1)	28 (49.8)	64 (100.0)

$$X^2 = 3.93466 \quad D.F. = 4, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 66
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากโทรทัศน์
กับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

ระดับพฤติกรรม	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
พฤติกรรมในการรับข่าวสาร				
ไม่เคยได้รับเลย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.5)	1 (1.3)
นาน ๆ ครั้ง	2 (100.0)	3 (42.9)	23 (34.8)	28 (37.3)
สม่ำเสมอ	0 (0.0)	4 (57.1)	42 (63.8)	46 (61.3)
รวม	2 (2.7)	7 (9.3)	66 (88.0)	76 (100.0)

$$X^2 = 3.71032 \quad D.F. = 4, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 67
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากวิทยุ
กับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร \ ระดับพฤติกรรม	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.7)	1 (1.4)
นาน ๆ ครั้ง	0 (0.0)	6 (46.2)	22 (37.9)	28 (38.4)
สม่ำเสมอ	2 (100.0)	7 (53.8)	35 (60.3)	44 (60.2)
รวม	2 (2.7)	13 (17.8)	58 (79.5)	73 (100.0)

$$\chi^2 = 1.84738 \quad \text{D.F.} = 4, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 68
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การประปา
กับพฤติกรรมการประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร \ ระดับพฤติกรรม	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	0 (0.0)	1 (5.9)	0 (0.0)	1 (1.9)
นาน ๆ ครั้ง	13 (40.6)	8 (47.1)	4 (80.0)	25 (46.3)
สม่ำเสมอ	19 (59.4)	8 (47.1)	1 (20.0)	28 (51.9)
รวม	32 (59.3)	17 (31.5)	5 (9.3)	54 (100.0)

$$\chi^2 = 5.03065 \quad \text{D.F.} = 4, \quad p > 0.05$$

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 4.3

จากตารางที่ 61-69 ผลจากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ กับพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ พบว่า สื่อที่มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับพฤติกรรมการประหยัดน้ำมีเพียงสื่อเดียวคือสื่อบุคคลอื่น ๆ ส่วนในสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4

ผลจากการทดสอบสมมติฐานจากตารางที่ 43-69 พบว่า พฤติกรรมการรับข่าวสารที่ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม โดยพบตามสื่อต่าง ๆ มีดังนี้

- ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับความรู้ในเรื่องการประหยัดน้ำ พบว่า สื่อที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในเรื่องของการประหยัดน้ำคือ เจ้าหน้าที่-การประปาฯ

- ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ พบว่า สื่อที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ คือ สื่อใบเสารับเงินจากการประปาฯ และสื่อโบสเตอร์

- ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ พบว่า สื่อที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการประหยัดน้ำคือ สื่อจากบุคคลอื่น เช่น ญาติ, พ่อแม่พี่น้อง, เพื่อนฝูง ฯลฯ

สมมติฐานข้อที่ 5

"พฤติกรรมการรับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ"

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5

การวิเคราะห์สมมติฐานข้อนี้ พิจารณาได้จากพฤติกรรมการรับข่าวสาร โดยแยกตามสื่อต่าง ๆ พบว่ามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 71
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์
กับการรณรงค์ประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร / ระดับการร่วมรณรงค์	เคย	ไม่เคย	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	69 (79.3)	18 (20.7)	87 (33.6)
นาน ๆ ครั้ง	99 (79.2)	26 (20.8)	125 (48.1)
สม่ำเสมอ	41 (85.4)	7 (14.6)	48 (18.5)
รวม	209 (80.4)	51 (19.6)	260 (100.0)

$$\chi^2 = 0.94576 \quad \text{D.F.} = 2, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 72
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารจากโปสเตอร์
กับการรณรงค์ประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร / ระดับการร่วมรณรงค์	เคย	ไม่เคย	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	26 (72.6)	11 (27.5)	40 (14.7)
นาน ๆ ครั้ง	126 (82.4)	27 (17.6)	153 (56.0)
สม่ำเสมอ	66 (82.5)	14 (17.5)	80 (29.3)
รวม	221 (81.0)	52 (19.0)	273 (100.0)

$$\chi^2 = 2.17221 \quad \text{D.F.} = 2, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 73

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์
กับการรณรงค์ประหยัคน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร / ระดับการร่วมรณรงค์	เคย	ไม่เคย	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	5 (71.4)	2 (28.6)	7 (2.3)
นาน ๆ ครั้ง	94 (79.0)	26 (21.0)	119 (38.4)
สม่ำเสมอ	163 (83.2)	31 (16.8)	184 (59.4)
รวม	252 (81.3)	58 (18.7)	310 (100.0)

$$\chi^2 = 1.28043 \quad \text{D.F.} = 2, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 74

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารจากนิตยสาร
กับการรณรงค์ประหยัคน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร / ระดับการร่วมรณรงค์	เคย	ไม่เคย	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	21 (91.3)	2 (8.7)	23 (8.0)
นาน ๆ ครั้ง	112 (81.2)	26 (18.8)	138 (47.8)
สม่ำเสมอ	104 (81.9)	23 (18.1)	127 (43.9)
รวม	237 (82.0)	51 (18.0)	288 (100.0)

$$\chi^2 = 1.63641 \quad \text{D.F.} = 2, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 75
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากโทรทัศน์
กับการรณรงค์ประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร / ระดับการร่วมรณรงค์	เคย	ไม่เคย	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	3 (100.0)	0 (0.0)	3 (0.9)
นาน ๆ ครั้ง	28 (80.0)	7 (20.0)	35 (10.3)
สม่ำเสมอ	245 (81.1)	57 (18.9)	302 (88.8)
รวม	276 (81.2)	64 (18.8)	340 (100.0)

$$\chi^2 = 0.72786 \quad D.F. = 2, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 76
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารจากวิทยุ
กับการรณรงค์ประหยัดน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร / ระดับการร่วมรณรงค์	เคย	ไม่เคย	รวม
ไม่เคยได้รับเลย	10 (83.3)	2 (16.7)	12 (3.7)
นาน ๆ ครั้ง	57 (81.4)	13 (18.6)	70 (21.7)
สม่ำเสมอ	196 (81.3)	45 (18.7)	241 (74.6)
รวม	263 (81.4)	60 (18.6)	323 (100.0)

$$\chi^2 = 0.03040 \quad D.F. = 2, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 77
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่
กับการรณรงค์ประหยัคน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับการร่วมรณรงค์	เคย	ไม่เคย	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		140 (81.9)	31 (18.1)	171 (71.3)
นาน ๆ ครั้ง		45 (78.9)	12 (21.1)	57 (23.8)
สม่ำเสมอ		11 (91.7)	1 (8.3)	12 (5.0)
รวม		196 (81.7)	44 (18.3)	240 (100.0)

$$\chi^2 = 1.08778 \quad D.F. = 2, \quad p > 0.05$$

ตารางที่ 78
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารจากบุคคลอื่น
กับการรณรงค์ประหยัคน้ำ

พฤติกรรมในการรับข่าวสาร	ระดับการร่วมรณรงค์	เคย	ไม่เคย	รวม
ไม่เคยได้รับเลย		26 (66.7)	13 (33.3)	39 (36.8)
นาน ๆ ครั้ง		32 (78.2)	10 (23.8)	42 (39.6)
สม่ำเสมอ		24 (96.0)	1 (4.0)	25 (23.6)
รวม		82 (77.4)	24 (22.6)	106 (100.0)

$$\chi^2 = 7.53819 \quad D.F. = 2, \quad p < 0.05$$

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5

จากตารางที่ 70-78 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ในเรื่องของ "พฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ"

พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานโดยพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับการมีส่วนร่วมในการณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ โดยพบในสื่อบุคคลเพียงสื่อเดียว

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

กรุงเทพมหานครมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านประชากร ธุรกิจ และสิ่งปลูกสร้าง ทำให้ความต้องการใช้น้ำสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือยถึง 10 เท่า เมื่อเทียบกับในสวนภูมิภาค แต่กำลังการผลิตน้ำประปาของการประปานครหลวง เพียงพอดังความต้องการใช้น้ำตามปกติเท่านั้น ดังนั้นถ้าไม่มีการขยายกำลังผลิต หรือไม่ร่วมมือกันประหยัดน้ำก็จะไม่เพียงพอในการนี้การประปานครหลวงจึงจัดโครงการรณรงค์การประหยัดน้ำขึ้น เพื่อให้ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้ตระหนักถึงการขาดแคลนน้ำในอนาคต และร่วมมือกันประหยัดน้ำโดยเริ่มจากตนเองเป็นอันดับแรก

ไม่เพียงแต่เฉพาะภาครัฐเท่านั้นที่เกิดความตื่นตัวในการรณรงค์ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว หน่วยงานเอกชนต่างก็สำนึกในความสำคัญของการประหยัดน้ำเช่นกัน สื่อต่าง ๆ ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการกระจายข่าวสาร และความรู้มากขึ้น ดังนั้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้, ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จึงได้มีขึ้นเพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลและอุปสรรคที่มีต่อระดับความรู้, ทักษะ และพฤติกรรมในการรับสารที่ใช้ในการรณรงค์ประหยัดน้ำ

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้, ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการประหยัดน้ำแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ

สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ

ลักษณะการวิจัย

- จากสมมติฐานข้อที่ 1 การทดสอบความแตกต่างในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมใช้สถิติ t-test และ F-test โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- จากสมมติฐานข้อที่ 2 การทดสอบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคม ใช้สถิติ t-test กับ F-test โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- จากสมมติฐานข้อที่ 3 การทดสอบความแตกต่างในเรื่องทัศนคติ และพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคม ใช้สถิติ t-test กับ F-test โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ใช้วิธีการของ SCHEFFE ทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตามสมมติฐาน ข้อที่ 1-3 เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อเนื่องจากการใช้ F-test

- จากสมมติฐานข้อที่ 4 ใช้การวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- จากสมมติฐานข้อที่ 5 ใช้การวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	ส่วนใหญ่มเป็นเพศหญิง ประมาณร้อยละ 59.0 เพศชายประมาณ ร้อยละ 41.0
อายุ	ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 26-30 ปี ร้อยละ 40.5 รองลงมาอายุ 21-25 ปี ประมาณร้อยละ 34.5
อาชีพ	ส่วนใหญ่มเป็นพนักงานบริษัทหรือเสมียนห้างร้าน ประมาณร้อยละ 72.0
การศึกษา	ส่วนใหญ่มอยู่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประมาณร้อยละ 40.2

การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ประมาณร้อยละ 92.0 เมื่อชี้เฉพาะสื่อที่ผู้รับข่าวสารรับอย่างสม่ำเสมอเป็นส่วนใหญ่มคือโทรทัศน์ ประมาณร้อยละ 84.2

สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ มากเป็นอันดับ 1 คือ สื่อโทรทัศน์ ประมาณร้อยละ 83.0 และมีความคิดเห็นว่ามีผลมากต่อการประหยัดน้ำ รวมไปถึงความสนใจในข่าวสารส่วนใหญ่ม กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำมาก คิดเป็นร้อยละ 59.5

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างหลังการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

ส่วนใหญ่มักมีความคิดเห็นสอดคล้องกับการรณรงค์ คือเห็นว่า การใช้น้ำถูกวิธีทำให้ได้ประโยชน์เต็มที่ และเสียค่าใช้จ่ายคุ้มค่า ดังนั้นเราทุกคนจึงควรพร้อมใจกันประหยัดน้ำตามข่าวสารที่ได้รับ ประมาณร้อยละ 32.5 และร้อยละ 27.3 ไม่แสดงความคิดเห็น

ความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการประหยัดน้ำในระดับปานกลาง ประมาณร้อยละ 51.0 โดยส่วนใหญ่เป็นความรู้เกี่ยวกับเรื่องกลัฏฏววนการใช้น้ำอุปโภค-บริโภค และในระดับความรู้ที่ต่ำ คิดเป็นร้อยละ 24.0 โดยมีความรู้ที่ไม่ถูกต้องบางประเด็นเกี่ยวกับการผลิต การจัดสรรน้ำ ตลอดจนภาวะน้ำแห้งมากที่สุดในรอบ 30 ปี

ทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการประหยัดน้ำโดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะเห็นด้วยในข้อความที่เป็นคำถามเชิงบวก โดยเห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความที่ว่า "ประหยัดน้ำวันนี้ ก่อนที่จะไม่มีน้ำใช้ในวันพรุ่งนี้" ร้อยละ 78.0

ส่วนในข้อความเชิงลบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็จะแสดงความคิดเห็นว่าไม่เห็นด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความที่ว่า "เราควรใช้น้ำกันตามปกติ เพราะน้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติไม่มีวันหมดไป" ร้อยละ 53.3

พฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ แบบนานา ครัง, บางครั้งบางคราวและไม่เคยปฏิบัติเลย มีประมาณร้อยละ 51.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำอย่างเป็นประจำ ร้อยละ 48.3 โดยพบว่าสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำอย่างเป็นประจำ คือ ความเคยชินในการอุปโภคบริโภค ร้อยละ 32.8

ส่วนพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประหยัดน้ำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีส่วนร่วมร้อยละ 78.4 ดังนั้น จึงพบว่าพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ประหยัดน้ำกับพฤติกรรมการประหยัดน้ำจะต่างกัน เพราะสาเหตุคือความเคยชินในการใช้น้ำในการอุปโภค-บริโภค อาจจะมีสาเหตุมาจากการที่คนส่วนใหญ่มองว่าน้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติ ไม่มีวันหมดไป และการรณรงค์ฟังจะมีเพียงปีครั้ง เมื่อเทียบกับอายุกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะประมาณ 26-30 ปี ซึ่งมองว่าเมืองไทยเป็นเมืองอยู่หัวอยู่ท้าย และไม่ได้รับการปลูกฝังมาตั้งแต่เด็กในเรื่องของการประหยัด ทรัพยากรธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นป่าไม้ หรือน้ำ เป็นต้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. จากสมมติฐานข้อที่ 1 คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำแตกต่างกัน จากผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏดังนี้ ไม่พบความแตกต่างในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แต่พบที่มีความแตกต่างกันในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามเพศโดยพบว่า เพศหญิงจะมีความรู้ในเรื่องการประหยัดน้ำมากกว่าเพศชาย

2. จากสมมติฐานข้อที่ 2 คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำที่แตกต่างกัน จากผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏดังนี้

2.1 การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำในสื่อต่าง ๆ จำแนกตามเพศได้พบความแตกต่างคือ เพศหญิงมีพฤติกรรมการรับข่าวสารในการประหยัดน้ำมากกว่าเพศชาย โดยพบในสื่อวิทยุ/วารสาร มากเป็นอันดับ 1 ส่วนรองลงมาคือ สื่อใบเสริ์จรับเงินของการประปา, สื่อบุคคลอื่น และสื่อเจ้าหน้าที่การประปาฯ ตามลำดับ

ส่วนในสื่ออื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการประหยัดน้ำกับเพศ

2.2 การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำในสื่อต่าง ๆ จำแนกตามอายุ ได้พบความแตกต่างคือ สื่อโทรทัศน์มากเป็นอันดับ 1 โดยพบว่าผู้ที่มีอายุ 41-45 ปี และต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี, 26-30 ปี, 36-40 ปี และ 21-25 ปี ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุระหว่าง 46-50 ปี มีพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำในสื่อโทรทัศน์น้อยที่สุด

ส่วนในสื่ออันดับรองที่ได้พบความแตกต่างในเรื่องอายุกับการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ ได้พบความแตกต่างในสื่อบุคคลอื่น เช่น ญาติ, พ่อแม่, พี่น้อง, เพื่อนฝูง ได้พบความแตกต่างดังนี้

พบว่าผู้ที่มีอายุ 41-45 ปี มีพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อบุคคลอื่น ๆ ในการประหยัดน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับอายุ 21-25 ปี, 26-30 ปี และต่ำกว่า 20 ปี ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี มีพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อบุคคลอื่น ๆ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำน้อยที่สุด

2.3 การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำในสื่อต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้พบความแตกต่างจากสื่อของเจ้าหน้าที่การประปาฯ มากเป็นอันดับ 1 โดยพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา

มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อจากเจ้าหน้าที่การประปาฯ ในการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ การศึกษาในระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า, บวส./ปวท./อนุปริญญา และปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การประปาฯ เกี่ยวกับการประหยัคน้ำน้อยที่สุด

สื่ออันดับ 2 ที่พบความแตกต่างในเรื่องระดับการศึกษากับการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำได้พบความแตกต่างในสื่อหนังสือพิมพ์โดยพบความแตกต่างดังนี้

ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ ในการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ การศึกษาในระดับ บวส./ปวท./อนุปริญญา, มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และปริญญาตรี ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับการประหยัคน้ำน้อยที่สุด

สื่ออันดับ 3 ที่พบความแตกต่างในเรื่องระดับการศึกษากับการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ ได้พบความแตกต่างในสื่อวิทยุ โดยพบความแตกต่างดังนี้

พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ บวส./ปวท./อนุปริญญา, มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ ในการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ เกี่ยวกับการประหยัคน้ำน้อยที่สุด

และสื่ออันดับสุดท้ายที่พบความแตกต่างในเรื่องระดับการศึกษากับการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ ได้พบความแตกต่างในสื่อโทรทัศน์ โดยพบความแตกต่างคือ

ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ บวส./ปวท./อนุปริญญา, มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ ในการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ การศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมัธยมศึกษาหรือ

เทียบเท่า ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการประหยัดน้ำน้อยที่สุด

2.4 การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำในสื่อต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ พบความแตกต่างคือ สื่อหนังสือพิมพ์ โดยพบว่าผู้ที่มิอาชีพรับราชการ มีพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพค้าขายมีร้านค้า/มีธุรกิจส่วนตัว, รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท/เสมียนห้างร้าน, กรรมกร/พ่อค้าแม่ค้า/หาบเร่/รับจ้าง และนักเรียน นักศึกษา ตามลำดับ ส่วนอาชีพแม่บ้านมีพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด ส่วนในสื่ออื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำกับอาชีพ

3. จากสมมติฐานข้อที่ 3 คือ "ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติและพฤติกรรมการประหยัดน้ำแตกต่างกัน ได้แยกการทดสอบออกเป็น 2 ประการคือ

3.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรและสังคมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการประหยัดน้ำแตกต่างกัน

3.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากร และสังคมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการประหยัดน้ำแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.1

- ไม่พบความแตกต่างในเรื่องทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.2

- ไม่พบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ

แต่พบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา โดยพบตั้งในผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่ามีความแตกต่างในการมีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำมากที่สุด รองลงมาคือระดับปวส./ปวท./อนุปริญญา และปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ตามลำดับ

4. จากสมมติฐานข้อที่ 4 คือ "พฤติกรรมกรับข่าวสาร ที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจะสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ ได้แยกการทดสอบออกเป็น 3 ประการคือ

4.1 พฤติกรรมกรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการประหยัดน้ำ

4.2 พฤติกรรมกรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

4.3 พฤติกรรมกรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรับข่าวสาร

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4.1

- พบว่าพฤติกรรมกรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการประหยัดน้ำ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4.2

- พบว่าพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากใบเสร็จรับเงินจากการชำระค่า, ใบสแตมป์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการประหยัดน้ำ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4.3

- พบว่าบุคคลอื่น คือ ญาติ, พี่น้อง, เพื่อนฝูง, พ่อแม่ ฯลฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ

5. จากสมมติฐานข้อที่ 5 คือ พฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ จากผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏดังนี้

- พบว่า พฤติกรรมการรับข่าวสารจากบุคคลอื่น ได้แก่ เพื่อนฝูง, พ่อแม่ ฯลฯ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ

จากผลการทดสอบสมมติฐาน จึงสามารถสรุปผลการวิจัยได้แสดงรายละเอียดในตารางที่ 79-81 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 79

แสดงความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรและสังคมกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

ลักษณะประชากร และสังคม	ความแตกต่าง	ความรู้	ทักษะ	พฤติกรรม
เพศ		หญิง > ชาย	-	-
อายุ		-	-	-
ระดับการศึกษา				1. มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า 2. ปวส./ปวท./อนุปริญญา 3. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
อาชีพ		-	-	-

จากตารางที่ 79 จะพบความแตกต่างในเรื่องความรู้ต่อการประหยัดน้ำ เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่างคือ เพศ จะพบว่า เพศหญิงมีความรู้ในเรื่องการประหยัดน้ำมากกว่าเพศชาย แต่จะไม่พบความแตกต่างในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำ เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่างคือ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

- ไม่พบความแตกต่างในเรื่องทัศนคติต่อการประหยัคน้ำ เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

- ไม่พบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ แต่จะพบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัคน้ำเมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่างคือระดับการศึกษา โดยพบว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มีพฤติกรรมในการประหยัคน้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปวส./ปวท./อนุปริญญา และปริญญาตรีหรือเทียบเท่าตามลำดับ

ตารางที่ 80

แสดงความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรและสังคมกับพฤติกรรมในการรับข่าวสาร

ลักษณะประชากร และสังคม	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ
พฤติกรรม รับข่าวสาร				
ใบเสร็จรับเงินของการประปาฯ	2. หญิง > ชาย	-	-	-
สมัครเกอร์	-	-	-	-
ไปสเตอร์	-	-	-	-
หนังสือพิมพ์	-	-	2. ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มากที่สุด	1. รับราชการมากที่สุด
นิตยสาร/วารสาร	1. หญิง > ชาย	-	-	-
โทรทัศน์	-	1. อายุระหว่าง 41-45 ปี และต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุด	4. ปวส./ปวท.และอนุปริญญา มากที่สุด	-
วิทยุ	-	-	3. ปวส./ปวท.และอนุปริญญา มากที่สุด	-
เจ้าหน้าที่การประปา	4. หญิง > ชาย	-	1. ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มากที่สุด	-
บุคคลอื่น	3. หญิง > ชาย	2. อายุระหว่าง 41-45 ปี มากที่สุด	-	-

จากตารางที่ 80 พบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมมารับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำเมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่างคือ เพศ พบว่าเพศหญิงมีพฤติกรรมมารับข่าวสารมากกว่าเพศชาย

ในสื่อตั้งนี้คือ นิตยสาร/วารสาร มากเป็นลำดับหนึ่ง รองลงมาคือ วิทยุ รับเงินของการประปา, บุคคลอื่น และเจ้าหน้าที่การประปา ตามลำดับ

- พบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมมารับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่างคือ อายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 41-45 ปี และต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมมารับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำในสื่อโทรทัศน์มากเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนสื่ออันดับรองลงมาคือ สื่อบุคคลอื่น โดยพบในผู้ที่มีอายุ 41-45 ปี

- พบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมมารับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง คือ ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อเจ้าหน้าที่การประปา มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ โดยพบในผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษามากที่สุด สื่อวิทยุเป็นอันดับสาม โดยพบในผู้ที่มีการศึกษาระดับ ปวส./ปวท./อนุปริญญา มากที่สุด และสื่อที่พบเป็นอันดับสี่คือ สื่อโทรทัศน์ โดยพบในผู้ที่มีการศึกษาระดับ ปวส./ปวท./อนุปริญญา มากที่สุด

- พบความแตกต่างในเรื่องพฤติกรรมมารับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ เมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่างคืออาชีพ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพรับราชการมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด

ตารางที่ 81

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ
และพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ

	ความสัมพันธ์	ความรู้	ทักษะ	พฤติกรรม
พฤติกรรมกรับข่าวสาร				
ใบเสร็จรับเงินจากการประปาฯ	-	-	พบความสัมพันธ์	-
สติ๊กเกอร์	-	-	-	-
โปสเตอร์	-	-	พบความสัมพันธ์	-
หนังสือพิมพ์	-	-	-	-
นิตยสาร/วารสาร	-	-	-	-
โทรทัศน์	-	-	-	-
วิทยุ	-	-	-	-
เจ้าหน้าที่การประปาฯ	พบความสัมพันธ์	-	-	-
บุคคลอื่น	-	-	-	พบความสัมพันธ์

จากตารางที่ 81 พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสาร
กับความรู้ในการประหยัดน้ำ โดยพบในสื่อจากเจ้าหน้าที่การประปาฯ

- พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารกับทัศนคติต่อการ
ประหยัดน้ำ โดยพบในสื่อใบเสร็จรับเงินจากการประปาฯ และสื่อโปสเตอร์
- พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารกับพฤติกรรมใน
การประหยัดน้ำ โดยพบในสื่อบุคคลอื่น

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสื่อที่การประบานครหลวง
ใช้ในการรณรงค์ประหยัดน้ำมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างได้รับมากที่สุด และกลุ่ม
ตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีผลมากต่อการประหยัดน้ำ กลับไม่ได้มีความสัมพันธ์
กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ ดังนั้นในการรณรงค์ครั้งต่อ
ไปควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เพื่อจะทำให้เกิดประสิทธิผล โดยเฉพาะการพัฒนา
บุคลากร ซึ่งเป็นสื่อบุคคลที่มีความสำคัญในการสร้างความรู้ และสื่อเฉพาะกิจ คือ
ใบเสร็จรับเงินจากการประปาฯ และโบสเตอร์ ซึ่งเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดทัศนคติ
รวมทั้งบุคคลอื่น ๆ ในสังคม ซึ่งสามารถชักจูงใจให้เกิดพฤติกรรมในการประหยัด
น้ำรวมไปถึงการมีส่วนร่วมช่วยในการรณรงค์ด้วยเช่นกัน

ข้อคิดเห็นผลการวิจัยกับทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลจากการศึกษาเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" ซึ่งมีตัวแปร ได้แก่ ความรู้ ทักษะ พฤติกรรมการรับข่าวสาร และประชากรศาสตร์ สามารถจะนำมาวิเคราะห์โดยพิจารณาในรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากผลการศึกษาที่พบคือ การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของชาแรมม์¹ (Wilbur Schramm) กล่าวคือ ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มากจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา

สำหรับผลการศึกษาที่พบว่า ในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ จะพบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ โดยที่ได้พบว่า ในสื่อแต่ละอย่างไม่ได้มีทุกสื่อที่จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ โดยพบว่ามีเพียงสื่อบางอย่างเท่านั้น ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวคิดของแมกคอม และเบคเกอร์² (Maxwell McCombs

¹Wilbur Schramm. Men, Messages and Media : A Look at Human Communication. (New York : Harper & Row Publisher, 1973).

²Maxwell McCombs and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory. (N.Y. : Prentice Hall, 197), pp. 75-76.

and Lee B. Becker) กล่าวคือ ผลของการสื่อสารจะมีประสิทธิภาพเพียงใด นั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. ปัจจัยของผู้สื่อสาร ซึ่งมีปัจจัยอยู่ 4 ประการ ในส่วนของผู้ส่งสาร ที่จะส่งผลต่อการเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสาร คือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะทัศนคติ ความรู้ สถานภาพในสังคมวัฒนธรรมนั้น ๆ

2. ปัจจัยของผู้รับสาร คนเราสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในขณะที่หนึ่งเป็นผู้ส่งสารในอีกขณะหนึ่งเป็นผู้รับสาร ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของผู้รับสารจึงประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร ทักษะทัศนคติ ความรู้ และสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม

3. ปัจจัยของสาร ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดประสิทธิภาพของสาร และ ประสิทธิภาพของการสื่อสาร มี 3 ประการคือ รหัสสาร (Message Code) เนื้อหาสาร (Message Content) และการจัดการ (Message Treatment)

4. ปัจจัยของสื่อ สื่อเป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสาร และผู้รับสารเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ส่งสารทำการสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ ในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีสื่อ และเลือกใช้สื่อเพื่อนำไปสู่ผู้รับสาร ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพของการสื่อสาร เช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่น ๆ การเลือกใช้สื่อย่อมสามารถที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร ประสิทธิภาพของสื่อก็จะมีมาก ในทางตรงกันข้าม หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะน้อย เพราะฉะนั้นเพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผล สิ่งที่คุณผู้ส่งสาร ควรคำนึงถึงคือปัจจัยสื่อดังกล่าว

เมื่อพิจารณาตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่พบความแตกต่างกับระดับความรู้เกี่ยวกับการประหยัคน้ำ ในขณะที่เพศมีความแตกต่างกับระดับความรู้เกี่ยวกับการประหยัคน้ำ โดยที่เพศหญิงจะมีระดับความรู้

เกี่ยวกับการประหยัคน้ำสูงกว่าเพศชาย พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของแจนนิส และฟิลด์³ (Janis and Field) กล่าวคือ เพศหญิงจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย ส่วนลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่พบความแตกต่างกับระดับทัศนคติต่อการประหยัคน้ำ ซึ่งพบว่า ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสา บานขาว⁴ กล่าวคือผู้ที่มีสถานภาพ การศึกษา อายุ แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสารแตกต่างกัน

ในส่วนของลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ ไม่พบความแตกต่างกับระดับพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ ในขณะที่ระดับการศึกษา พบว่ามีความแตกต่างกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการประหยัคน้ำ ซึ่งพบว่า ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของยุพดี ฐิติกุลเจริญ⁵ กล่าวคือ การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการให้ความร่วมมือกับ บ.บ.บ. ในการแจ้งข่าวสารการทุจริต

³Janis L. Irving and Field B. Peter "Sex Difference and Personality Factors Related to Persuability," Personality and Persuability Edited by Carl I. Hovland and Irving L. Janis (New Haven and London : Yale University Press, 1966), pp. 19-28.

⁴อรสา บานขาว, "พฤติกรรมการยอมรับสารด้านการป้องกัน ยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์ของประชาชนในเขตชุมชนแออัดคลองเตย," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526) หน้า 327.

⁵ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, "การศึกษาทัศนคติที่มีต่อ บ.บ.บ. ของกลุ่มข้าราชการ ที่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531), หน้าบทคัดย่อ

ดังนั้น จึงสอดคล้องกับแนวความคิดของเฟสติงเจอร์⁶ (Festinger) กล่าวคือ เหตุผลหนึ่งที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจจะไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทันทีทันใด นั้นเป็นเพราะปัจจัยทางสภาพแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดทัศนคติแบบเดิม อาจะยังคงอยู่ภายหลังจากทัศนคตินั้นได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ทำให้ทัศนคติมีแนวโน้มที่จะกลับมาเป็นแบบเดิมหลังจากได้รับข่าวสารแล้ว

นอกจากนี้เขายังได้แนะนำเพิ่มเติมอีกว่า เมื่อความเห็นหรือทัศนคติได้เปลี่ยนแปลงเพราะผลของการสื่อสารในนั้นว่าวจที่มีประสิทธิภาพแล้ว การเปลี่ยนแปลงนี้จะคงอยู่ไม่มั่นคงนักและจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมได้ เว้นเสียแต่ว่า การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมหรือพฤติกรรมจะเกิดขึ้นเพื่อสนับสนุน และทำให้ทัศนคติใหม่นั้นยังคงอยู่ต่อไป

ซึ่งสภาพแวดล้อมในที่นี้ จึงอาจหมายถึงลักษณะประชากร และสังคม อันได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา และอาชีพ จากการศึกษาความแตกต่างระหว่างประชากรและสังคมกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมจึงทำให้พบว่า ความแตกต่างในแต่ละอย่างจึงไม่เกิดขึ้นเหมือนกัน เพราะอาจมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

และเมื่อพิจารณาตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพได้พบความแตกต่างกับพฤติกรรมในการรับข่าวสาร เกี่ยวกับการประหยัคน้ำ ได้พบความแตกต่างดังนี้

- เพศ พบว่าเพศหญิงมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารมากกว่าเพศชายในสื่อ ดังต่อไปนี้

⁶Read Hadley, Communication : Method for all Media (Urbana : University of Illinois Press, 1972)

1. สื่อเฉพาะกิจ คือ ใบเสร็จรับเงินจากการประปา
2. สื่อมวลชน คือ นิตยสาร/วารสารทั่วไป
3. สื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่การประปา และบุคคลอื่น เช่น เพาติ, พ่อแม่, พี่น้อง, เพื่อนฝูง ฯลฯ

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฏิพัทธ์ กระแสอินทร์⁷ กล่าวคือ เด็กชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่เด็กหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด และงานวิจัยของ พรทิพย์ พิมลสินธ์⁸ กล่าวคือผู้อ่านข่าวชายและหญิงมีผลต่อการจำข่าว และความเชื่อถือข่าวของผู้ฟังชายและหญิงด้วย

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า ลักษณะความแตกต่างของเพศนั้น มีความสัมพันธ์กับความสนใจและการจดจำข่าวสารข้อมูล

- อายุ พบว่า อายุมีความแตกต่างกับพฤติกรรมในการรับสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำดังนี้

1. สื่อมวลชน คือ โทรทัศน์ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 41-45 ปี และต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ในการประหยัดน้ำมากที่สุด
2. สื่อบุคคล คือ บุคคลอื่น ๆ เช่น เพาติ, พ่อแม่, พี่น้อง, เพื่อนฝูง ฯลฯ พบว่าผู้ที่มีอายุ 41-45 ปี มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด

⁷ปฏิพัทธ์ กระแสอินทร์ "อิทธิพลของภาพยนตร์โทรทัศน์ต่อพฤติกรรมเด็กวัยรุ่น" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2509, หน้าบทคัดย่อ

⁸Pornthy Pimolsindh, "The Effects of the Use of Male and Female Radio New Announcers on the Comprehension and Credibility of the News," Master Thesis, Eastern New Mexico University, 1974.

ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ C. Maple⁹ และ I.L. Jania and D. Rife¹⁰ ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนที่เพิ่มขึ้น ยิ่งกว่านั้นยังมีการศึกษาพบว่าคนหนุ่มสาวนั้นจะเป็นผู้ที่ยึดถืออุดมการณ์ มองโลกในแง่ดีและจิตใจไม่มั่นคงมากกว่าคนแก่ ในขณะที่คนแก่จะมีความเป็นคนหัวรั้นและมีความระมัดระวังสูงกว่าคนหนุ่มสาว ซึ่งเป็นการวิจัยของ M. Burgoon and M. Ruffner¹¹

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า อายุของผู้รับสารจะมีอิทธิพลกับการสื่อสารไม่มากนักน้อย ซึ่งออกมาในรูปของความสนใจหรือพฤติกรรมการรับข่าวสาร แต่อาจจะไม่เสมอไปว่าผู้รับสารจะต้องมีอายุน้อยกว่า ซึ่งจากผลการวิจัยได้พบว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่าได้มีพฤติกรรมในการรับสารมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เนื่องจากในปัจจุบันการโฆษณาต้องแข่งขันกับเทคโนโลยี อย่างเช่น สื่อโทรทัศน์นักโฆษณาต้องทำโฆษณาที่น่าสนใจเพราะไม่เช่นนั้นการโฆษณาอาจไม่ได้ผล เนื่องจากมีรีโมทคอนโทรลจากการวิจัยในครั้งนี้ อาจไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของผู้อื่นเพราะผู้ที่มีอายุมากอาจไม่ค่อยใช้รีโมทคอนโทรลกับโทรทัศน์ เพราะอาจจะไม่ชินกับเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือยังใช้โทรทัศน์รุ่นเก่าอยู่

⁹C. Maple, "The Comparative Susceptibility of Three Age Levels to the Suggestion of Group Versus Expert Opinion, *Journal of Social Psychology*, 41933. pp. 176-187.

¹⁰I.L. Janis and D. Rife, "Persuasibility and Personality, Hovland and I.L. Janis, "ed" New Haven : Yale University Press, 1959, pp. 121-137.

¹¹M. Burgoon and M. Ruffner, op. cit. pp. 57-68.

- การศึกษา พบว่าระดับการศึกษามีความแตกต่างกับพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำดังนี้

1. สื่อมวลชน คือ

ก. หนังสือพิมพ์ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากที่สุด

ข. โทรทัศน์ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปวส./ปวท./อนุปริญญา มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากที่สุด

ค. วิทยุ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปวส./ปวท./อนุปริญญา มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากวิทยุเกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากที่สุด และผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภทคือ หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์ และวิทยุเกี่ยวกับการประหยัดน้ำน้อยที่สุด

2. สื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่การประปาฯ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การประปาฯ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากที่สุด

และผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากสื่อบุคคลหรือเจ้าหน้าที่การประปาฯ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำน้อยที่สุดเช่นกัน

ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บรมะ สตะเวทิน¹² กล่าวคือ บุคคลยิ่งมีการศึกษาสูงก็ยิ่งมีความสนใจข่าวสารกว้างขวาง แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ จะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อหรือผู้มีการ

¹²บรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526), หน้า 109-110.

ศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียง, วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้ E. Hyock Kwan¹³ ได้ทำการวิจัยพบว่าสตรีชาวเกาหลีที่มีการศึกษาสูง มีทัศนคติต่อการวางแผนครอบครัวและการเรียนรู้วิธีต่าง ๆ ตลอดจนการรับมาปฏิบัติมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ

- อาชีพ พบว่า อาชีพมีความแตกต่างกับพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำดังนี้

1. สื่อมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพรับราชการมีพฤติกรรมในการรับสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากที่สุด

และผู้ที่มีอาชีพแม่บ้านมีพฤติกรรมในการรับสื่อหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับการประหยัดน้ำน้อยที่สุด

เพราะฉะนั้นอาชีพหรือบทบาทในสังคมที่แตกต่างกันน่าที่จะมีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธข้อมูลที่ได้รับแตกต่างกัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลักขณา มนธาคุผลิต¹⁴ ที่ว่าเอกสารเผยแพร่เป็นประโยชน์และได้ผลสัมฤทธิ์เฉพาะผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจสูง และเฉพาะผู้ที่อ่านบ่อยครั้งเท่านั้น

¹³E. Hyock Kwan et al, A Study on Urban Population Control Sungdong on Action Research Project on Family Planning and Fertility, (Korea : Colledge of Medicine and School of Public Health, Seoul National University, 1967).

¹⁴ลักขณา มนธาคุผลิต "การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วยเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัวกับความสัมฤทธิ์จากการให้เอกสารเผยแพร่," วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัคน้ำโดยผู้ใช้สื่อ 3 สื่อคือ สื่อเฉพาะกิจ, สื่อมวลชน และสื่อบุคคล ยังมีบทบาทสูงในการศึกษาของผู้ศึกษา และผู้ศึกษาได้เห็นด้วยกับนักวิชาการบางกลุ่ม ซึ่งกล่าวว่าสังคมไทยเป็นสังคมหลวมขาดระเบียบวินัย เมื่อพิจารณาเฉพาะพฤติกรรมในการประหยัคน้ำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการประหยัคน้ำน้อย ทั้ง ๆ ที่มีความรู้และทัศนคติส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีเหตุผลคือ ความเคยชินในการอุปโภค-บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับบันทึกของ ดร.เจอร์รีแคนตัน¹⁵ เรื่อง โฉมหน้าเมืองไทยในสายตาฝรั่ง ในตอนเริ่มเรื่องที่ว่า คำว่า "ไทย" แปลว่าอิสระ ลักษณะความเป็นไปในประเทศนี้จึงอิสระเสรีมาก ทุกอย่างเป็นไปตามสบายไม่กระตือรือร้น ไม่มีกฎเกณฑ์ ไม่มีระเบียบอะไรที่แน่นอน สอดคล้องกับคำขวัญประจำชาติที่กล่าวว่า "ทำได้ตามใจคือไทยแท้" ณ ที่แห่งนี้เป็นดินแดนแห่งรอยยิ้ม และการให้อภัยซึ่งเป็นผลที่ทำให้ตนเองต้องประสบกับความทุกข์ยากลำบาก ในที่สุดก็ต้องยิ้มแห่งอยู่เสมอ แต่คนไทยทุกคนก็ยังพูดว่า "ไม่เป็นไร" และเขาก็อยู่กันได้โดยไม่เป็นอะไรตามแบบอย่างที่เขาถนัดได้จริงๆ ประเทศไทยจึงเป็นดินแดนที่มหัศจรรย์ที่น่าศึกษามาก

จากข้อความข้างต้นและผลการศึกษา ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าสอดคล้องกันเพราะดังที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต่างก็ทราบถึงปัญหาการขาดแคลนน้ำและคงจะรู้ถึงโทษของการไม่มีน้ำ แต่ทุกคนก็ยังไม่ให้ความร่วมมือในการประหยัคน้ำอย่างสมควรจะเป็น พอพูดถึงเรื่องการออกกฎหมายกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็มีความเห็นว่าไม่แน่ใจ ดังนั้น การเสนอข่าวสารในเรื่องการประหยัคน้ำจึงควรให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาและเริ่มการประหยัคน้ำจากตนเองก่อนเป็นอันดับแรก

¹⁵ เกียรติศักดิ์ ประเสริฐศักดิ์, โฉมหน้าเมืองไทยในสายตาฝรั่ง จากบันทึกของ ดร.เจอร์รี แคนตัน แห่งโรงเรียนนานาชาติ กรุงเทพฯ สยามรัฐ วันจันทร์ที่ 14 กันยายน พ.ศ.2530 ม.ป.ป.

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวนโยบายการวางแผนในการรณรงค์ประหยัดน้ำ

ผู้ศึกษาสามารถวางนโยบายการวางแผนในการรณรงค์ประหยัดน้ำจากแนวทางผลการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. ใช้สื่อมวลชนเป็นแกนหลักในการเผยแพร่ข่าวสารในการรณรงค์ประหยัดน้ำ
2. ใช้สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจเป็นตัวเสริมในการเผยแพร่ข่าวสารในการประหยัดน้ำ
3. พยายามให้หน่วยงานเอกชนเข้ามามีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวสาร
4. ควรสนับสนุนให้มีการสอน ปลุกฝังให้กับเยาวชนในการช่วยกันประหยัดน้ำ
5. ควรมีการวางแผนงานในการรณรงค์การประหยัดน้ำ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ประกอบการประเมินผลทุกระยะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการการดำเนินการ

1. ลักษณะรูปแบบการเสนอให้การศึกษา

1.1 กลุ่มเป้าหมายอันดับหนึ่งคือประชาชนทั่วไป ที่อยู่ในวัยตั้งแต่เริ่มต้นสร้างหลักฐาน ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำเพราะความเคยชิน ดังนั้นจึงควรจะใช้สื่อทั้ง 3 ชนิด คือสื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชนและสื่อบุคคล เนื่องจากต้องการให้เปลี่ยนพฤติกรรมจากการที่ใช้น้ำตามความเคยชิน และจะเห็นว่าในการรณรงค์ประหยัดน้ำที่ผ่านมาได้ใช้สื่อบุคคลน้อยมาก การประสานรทรวงควรจะอบรมพนักงานให้ตระหนักถึงคุณค่าของน้ำก่อน เพราะสวัสดิการของการประปา คือการใช้น้ำได้ฟรีตามจำนวนที่ขึ้นอยู่กับระดับตำแหน่ง ดังนั้นพนักงานประปา จึงควรตระหนักถึงปัญหาการขาดแคลนน้ำ และเป็นผู้นับถือ จากนั้นจึงให้เจ้าหน้าที่ทำการบอกเล่าถึงปัญหาการขาดแคลนน้ำและวิธีปฏิบัติให้ประชาชนโดยทั่วไปได้ทราบและปฏิบัติตาม

1.2 กลุ่มเป้าหมายอันดับสองคือ เจ้าของกิจการต่าง ๆ ไม่ว่าจะ เป็นหน่วยงานทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล โดยเฉพาะกิจการที่ต้องใช้น้ำอย่างสิ้นเปลือง เช่น สนามกอล์ฟ, อาบอบนวด ฯลฯ ควรจัดให้มีการพบปะพูดคุยกับเจ้าของกิจการ เพื่อหาวิธีการร่วมกันที่จะร่วมมือกันประหยัดน้ำ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ การจัดหมายส่งถึงเจ้าของกิจการโดยเนื้อหาของสารอาจทำเป็นสถิติการใช้น้ำมาก เมื่อเทียบกับกิจการอื่น ๆ หรือสถิติการใช้น้ำด้วยสุขภัณฑ์แบบเก่าซึ่งเปลืองน้ำมาก เมื่อเทียบกับสุขภัณฑ์สมัยใหม่ซึ่งออกแบบมาเพื่อการประหยัดน้ำ โดยอาจร่วมมือกับ บริษัทที่ผลิตสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ เพื่อเป็นการทุนค่าใช้จ่ายไปในตัว

1.3 กลุ่มเป้าหมายอันดับสามคือ ครอบครัว โรงเรียนโดยมุ่ง กระบวนการสังคมปกติ ควรจะปลูกฝังในลักษณะเป็นการสร้างค่านิยมให้เกิดวิถีประจำ (Folkways) เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกซึมลึกลงในการกระทำว่า ถ้าหาก ไม่ประหยัดน้ำจะเกิดความเสียหายต่อตนเองและผู้อื่น และความรู้สึกไม่ดี ถ้าหาก เห็นผู้อื่นไม่มีพฤติกรรมในการประหยัดน้ำ

1.4 ในแต่ละปัญหาที่นำเสนอ ควรย้ำเน้นหรือให้เกิดความบ่อยครั้ง ที่จะให้โอกาสและเวลาที่ประชาชนจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

2. การประสานระหว่างองค์กร

2.1 ควรมีการจัดประชุม สัมมนาหน่วยงานของรัฐเพื่อลดความ ข้ำซ้อนในการผลิตรายการโฆษณาณรงค์ประหยัดน้ำ ทั้งนี้เพื่อเป็นการประหยัด งบประมาณที่เสียไปกับการผลิตโฆษณาที่มีเนื้อหาซ้ำซ้อนกัน แล้วนำมาเพิ่มประสิทธิภาพ ให้โฆษณาชุดใดชุดหนึ่งให้มีศักยภาพรูปแบบในการโน้มน้าวใจ และเกิดความบ่อย ครั้งในการเผยแพร่

2.2 ส่งเสริมบทบาทของเอกชน ให้มีส่วนร่วมในการผลิตรายการ หรือโฆษณาชุดต่าง ๆ ทั้งนี้เพราะการประสานครหลวงมีงบประมาณจำกัดในการ ซื้อหรือต้นทุนการผลิตรายการขาดความชำนาญชำนาญในรูปแบบของการโฆษณา โดย ที่การประสานครหลวง จะเป็นผู้คุมกลไกนโยบายและตรวจสอบการดำเนินงานให้ เป็นไปตามวัตถุประสงค์

3. การวิจัยและประเมินผล

3.1 ส่งเสริมให้มีการวิจัยเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตอาหารรายการให้ชัดเจนและสอดคล้องกับประเด็นปัญหา ขณะเดียวกันให้มีการประเมินผล เนื้อหา และรูปแบบรายการหรือโฆษณาแต่ละชุด ทั้งนี้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการผลิตรายการสอดคล้องกับความต้องการของลักษณะผู้รับข่าวสาร

3.2 ส่งเสริมการมีการศึกษา และวิจัยในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาได้สังเกตเห็นแนวทางจากผลการวิจัยในครั้งนี จำเป็นต้องการที่จะหาคำตอบในประเด็นปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อที่จะให้นักวิชาการหรือผู้ที่สนใจได้ช่วยเสริมแต่งจุดต่าง ๆ ที่ผลการวิจัยฉบับนี้ยังไม่สามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้ มีดังต่อไปนี้

1. ควรมีการวิจัยเนื้อหาของสารในเรื่องที่ทำการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวความคิดหลักในการกำหนดเนื้อหาสาระในเรื่องต่อไปว่าแนวความคิดใดจะให้ประสิทธิผลมากกว่ากัน

2. การวัดประสิทธิผลตามลำดับ จากสื่อที่จะประเมินความสอดคล้องระหว่างการรับข่าวสาร กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ควรทำในลักษณะการวิจัยเชิงทดลอง หรือการวิจัยกึ่งทดลอง ทั้งนี้เพื่อที่จะควบคุมว่าประสิทธิผลที่ได้มาจากสื่อที่เผยแพร่ข่าวสารโดยตรง มิได้มีผลมาจากตัวแปรแทรกอื่น ๆ

3. เนื่องจากเจ้าหน้าที่การประสานครหลวง น่าจะมีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้ และทัศนคติกับประชาชนทั่วไป ในการประหยัดน้ำ แต่จะพบว่าได้ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปน้อยมาก จึงควรศึกษาในเรื่องบทบาทของเจ้าหน้าที่การประสานครหลวงกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อไป

4. เนื่องจากเยาวชนซึ่งเป็นอนาคตของชาติต่อไป ย่อมมีโอกาที่จะประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำได้ในอนาคต หากพวกเขาไม่ได้ตระหนักถึงตั้งแต่วันนี้ ดังนั้นจึงควรศึกษาในเรื่องของเยาวชนกับพฤติกรรมการประหยัดน้ำต่อไป

DPU

บรรณานุกรม

- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. พลศาสตร์ของการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2531.
- ถวัลย์ รักศีล. กรณีศึกษาทัศนคติของผู้ปกครองนักเรียน และครูโรงเรียนราษฎร์ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญในกทม. ที่มีต่อการนำเพศศึกษา มาสอนในโรงเรียน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2522.
- นันทิรัตน์ อยู่บุล. กรณีศึกษาทัศนคติของชาว กทม. ต่อการโฆษณาของธนาคารพาณิชย์ผ่านสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- นิยะดา ชูณะวงศ์ และนินนาท โอฬารวรรุฒิ. พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บางกอกการพิมพ์, 2520.
- บุญเลิศ สุกติลก. การสื่อสาร : โครงสร้างและหน้าที่ในสังคม. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองการพิมพ์, 2529.
- ปฎิพัทธ์ กระแสอินทร์. กรณีศึกษาอิทธิพลของภาพยนตร์โทรทัศน์ต่อพฤติกรรมเด็กวัยรุ่น. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2509.
- ประกิต วาทีสาธกกิจ. จดหมายข่าว 2. 3 พฤศจิกายน-ธันวาคม, 2530.
- ประคอง เอี่ยมสำอางค์. กรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสาร ด้านการเกษตรกับผลผลิตต่อไร่. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- ประจวบ อินอ้อด. พฤติกรรมศาสตร์. 1-2, ม.ป.ส.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2520.

- พรพิมล วรวิฑูรย์พงศ์. ทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ. เชียงใหม่ :
โครงการตำรามนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2527.
- พีระ จิตโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช, 2526.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. กรณีศึกษาทัศนคติที่มีต่อ บ.บ.บ. ของกลุ่มข้าราชการที่สังกัด
สำนักนายกรัฐมนตรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- ราตรี เทพหัสติน ฌ อยุธยา. กรณีศึกษาเปรียบเทียบความทะเยอทะยานของ
เด็กวัยรุ่นไทยที่มาจากครอบครัวชั้นกลางและชั้นต่ำ. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2514.
- ลักขณา มณฑาตุผลิต. กรณีศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วย
เอกสารเผยแพร่. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- วันทนา ชาตวนิชวงศ์. กรณีศึกษาการรับสื่อมวลชนด้านอาหารและโภชนาการ
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- วิชฎ สุวรรณเพิ่ม. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
แสงจันทร์, 2533.
- สมปราชญ์ จอมเทศ. การบริหารและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนา
พานิช, 2516.
- สุชา จันท์เอม. ศูนย์ศึกษา 41.51. 15 พฤศจิกายน 2511.
- สุรีย์ จันท์โมลี. วารสารสุขศึกษา 6. 37.47. ตุลาคม-ธันวาคม 2526.
- เสถียร เขยประดับ. สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ. กรุงเทพฯ :
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- เสรี วงศ์มณฑา. บทบาทของการสื่อสารในกระบวนการสังคมการณ.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- อรสา บานขาว. กรณีศึกษาพฤติกรรมกรยอมรับสารด้านการป้องกันยาเสพติด
ทางวิทยุและโทรทัศน์ของประชาชนในชุมชนแออัดคลองเตย.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

- Applebaun, Ronald L. and Others. Findaumental Concepts in Human Communication. New York : Harper & Row, 1973.
- Atkin, Charles K. Now Model for Mass Communication Research. New York : The Free Press, 1973.
- Benjamin, Bloom S. Taxonomy of Educational Objective. New York : s.l., 1956.
- Cherry, Colin. A Review, A survey and A Criticism. New York : Hole Rimehart & Winston, 1978.
- David, Berlo K. The process of Communicatin. New York : Helt, Rinchart and Winston, 1960.
- Foster, Charles R. Psychology for life Adiusment. Chicago : American Technical Society, 1952.
- Freedman, M.B. Changes in Attitude and Values over six Decades. Journal of Social Issues, 1961.
- Garder, Lindzey and Arson Elliot. The Handbook of Social Psychology. New York : Addison Wesley Publishing Co., 1969.
- Good, Carter V. Dictionary of Education. New York : McGraw-Hill Book Co., 1959.
- Hadley, Read. Communication : Method for all Media. Urbana : University of Illinois Press, 1972.
- Herbert, Kelman C. Attitude Theory and Measurement. New York : John Wiley and Sons, Inc., 1967.
- Hovland, C.I., A.A. Lumsdaine and F.D. Sheffield. Experiments on Mass Communication : Study in Social Psychology in World War II. New Jersey : Princeton University Press, 1949.

- Irving, Jamis L. and Field B. Perter. Sex difference and Personality Factors Related to Persuability.
New Haven : yale University Press, 1966.
- Kwan, Hyock E. A Study on Urban Population Control Sungdong on Action Research Project on Family Planning and Fertility. Korea : Seoul National University, 1967.
- Lazardsfeld, Paul F., Bernard Berekson and Jlelen Faudet. The People's Choice. New York : Duell, Sloam and Pearce, 1944.
- Maple C. The Comparative Susceptibility of Three age levels to the Suggestion of group Versus Expert Opinion.
Journal of Social Psychology, 1933.
- Mccombs, Maxwell and Lee B. Becker. Using Mass Communication Theory. New York : Prentice hall, 1979.
- Mevedith, Patrick. Learning Remembering and Knowing.
London : The Engling University Press, Ltd., 1961.
- Norman, Mun L. Introduction to Psychology. Boston :
Houghton Muffin Co., 1971.
- Philip, Zimbardo G., Ebbesen B. Ebbe and Maslash Christina. Influencing Attitude and Changing Behavior.
London : s.l., 1977.
- Pimolsindh, Pornthip. The Effects of the Use of Male and Female Radio News Annoucers on the Comprehension and Credibility of the News. Eastern New Maxico University, 1974.
- Read, Hadley. Communication : Methods for All Media.
Urbana : University of Illinois Press, 1972.

- Schramm, Wilbur. Men, Messages and Media : A look at Human Communication. New York : Harper & Row Publisher, 1973.
- Shelly, Chaiken and Eagly H. Alice. Communication Modality as a Determinant of Message Persuasiveness and Message Comprehensibility. Journal of Personality and Social Psychology, 1976.
- Steven, Chaffe H. and Rooser Comic. Involvement and the Consistency of Knowledge, Attitude and Behavior. Communication Research : s.l., 1986.
- Walter, Wilke H. An Experimental Comparison of the Speech, the Radio and Printed Pags as Propaganda Device. Archives of Psychology : s.l., 1953.

Draft

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์

คณะนิเทศศาสตร์ สาขา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจนวัตกรรม

กรุณาตอบแบบสอบถามในแต่ละตอนให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง

คำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ การวิเคราะห์ข้อมูลนั้นจะทำในภาพรวม ไม่มุ่งพิจารณารายบุคคล/
รายแบบสอบถาม

คำตอบของท่านมีคุณค่าและคุณประโยชน์ต่อผู้วิจัย
และสังคมโดยส่วนรวมเป็นอย่างมาก

แบบสอบถาม

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม
เกี่ยวกับการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1

สำหรับเจ้าหน้าที่
ลงรหัส

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

[] 1

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี

5. 36 - 40 ปี

2. 21 - 25 ปี

6. 41 - 45 ปี

3. 26 - 30 ปี

7. 46 - 50 ปี

4. 31 - 35 ปี

8. มากกว่า 50 ปี

[] 2

3. อาชีพ

1. รัฐบาล

2. รัฐวิสาหกิจ

3. พนักงานบริษัท/เสมียนห้างร้าน

4. หändlerขายมีร้านค้า/มีธุรกิจส่วนตัว

5. แม่บ้าน

6. กรรมกร/ทนาย/พ่อค้าแม่ค้า/รับจ้าง

7. นักเรียน/นักศึกษา

8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

[] 3

4. การศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา

4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

2. มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า

5. สูงกว่าปริญญาตรี

3. ปวส./ปวท./อนุปริญญา

[] 4

ส่วนที่ 2

สำหรับเจ้าหน้าที่
ลงรหัส

1. ท่านเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ประหยัดน้ำหรือไม่
 1. เคย (ตอบข้อ 2 ต่อไป)
 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 5)
2. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์การประหยัดน้ำจากสื่อเหล่านี้บ่อยเพียงใด

สื่อ	สม่ำเสมอ (3)	นาน ๆ ครั้ง (2)	ไม่เคยได้ รับเลย (1)
1. ใบเสร็จรับเงินของการประปาฯ			
2. สติกเกอร์			
3. ไปสเตอร์			
4. หนังสือพิมพ์			
5. นิตยสาร/วารสารทั่วไป			
6. โทรทัศน์			
7. วิทยุ			
8. เจ้าหน้าที่การประปาฯ			
9. บุคคลอื่น (โปรดระบุ).....			
10. สื่ออื่น ๆ (โปรดระบุ).....			

[] 5

[] 6

[] 7

[] 8

[] 9

[] 10

[] 11

[] 12

[] 13

[] 14

[] 15

3. กรุณาจัดอันดับสื่อที่ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ 3 อันดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

_____	ใบเสร็จรับเงินของการประปา	[] 16
_____	สติกเกอร์	[] 17
_____	ไปสเตอร์	[] 18
_____	หนังสือพิมพ์	[] 19
_____	นิตยสาร/วารสารทั่วไป	[] 20
_____	โทรทัศน์	[] 21
_____	วิทยุ	[] 22
_____	เจ้าหน้าที่การประปาฯ	[] 23
_____	บุคคลอื่น (โปรดระบุ).....	[] 24
_____	สื่ออื่น ๆ (โปรดระบุ).....	[] 25

4. ท่านคิดว่าข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำที่ท่านได้รับจากสื่อเหล่านี้มีผลต่อการประหยัดน้ำอย่างไร

			สำหรับเจ้าหน้าที่ ลงรหัส
1. โบนัสนี้รับเงินของการประปาฯ	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 26
2. สติกเกอร์	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 27
3. โปสเตอร์	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 28
4. หนังสือพิมพ์	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 29
5. นิตยสาร/วารสารทั่วไป	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 30
6. โทรทัศน์	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 31
7. วิทยุ	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 32
8. เจ้าหน้าที่การประปาฯ	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 33
9. บุคคลอื่น (โปรดระบุ).....	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 34
10. สื่ออื่น ๆ (โปรดระบุ).....	มีผล	(1) มากต่อการประหยัดน้ำ (2) ปานกลางต่อการประหยัดน้ำ (3) น้อยต่อการประหยัดน้ำ	[] 35

5. ท่านมีความสนใจในข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำมากน้อยเพียงใด
1. มาก
 2. ปานกลาง
 3. น้อย
 4. ไม่สนใจเลย
6. หลังจากที่ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำแล้วนั้น ท่านมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอย่างไร (โปรดแสดงความคิดเห็น)
-
-
-

ส่วนที่ 3 โปรดทำเครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าถูกต้อง และ x หน้าข้อที่ท่านเห็นว่าไม่ถูกต้อง

- _____ 1. แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแหล่งน้ำดิบเพียงแห่งเดียวที่นำมาผลิตเป็นน้ำประปา [] 39
- _____ 2. เชื้ออณูมิถุนและเชื้อลิวโรกิตต์ทำหน้าที่เก็บกักน้ำและเปิดน้ำสู่แม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อเลี้ยงประชาชนในปีถัดไป [] 40
- _____ 3. ภาชนะน้ำแห้งในเชื้ออณูมิถุนและเชื้อลิวโรกิตต์ในปีนี้ ถือว่าแห้งมากที่สุดในรอบ 40 ปี [] 41
- _____ 4. ปริมาณการใช้น้ำที่เหมาะสมของผู้ใช้น้ำโดยทั่วไปแล้วเฉลี่ยประมาณ 200 ลิตร/วัน/คน [] 42
- _____ 5. บ้านพักอาศัยทั่วไปที่มีคนอยู่ 4-5 คน ควรใช้น้ำไม่เกินเดือนละ 50 ลูกบาศก์เมตร [] 43
- _____ 6. ในร่างกายคนเราประกอบด้วยน้ำ 1 ใน 4 ส่วน [] 44
- _____ 7. อัตราการใช้น้ำของคนกรุงเทพฯ สูงกว่าจังหวัดอื่น ๆ ถึง 10 เท่าตัว [] 45
- _____ 8. ลำดับการจัดสรรน้ำ ภาคเกษตรกรรมจะได้รับการจัดสรรก่อนภาคอุตสาหกรรม [] 46
- _____ 9. ในการอาบน้ำโดยฝักบัวสามารถประหยัดน้ำได้ถึงประมาณ 70 ลิตร/ครั้ง หากปิดน้ำในขณะที่ถูสบู่ [] 47
- _____ 10. ในการแปรงฟันควรใช้ขันหรือแก้วรองน้ำจะทำให้ใช้น้ำไม่เกิน 5 ลิตร [] 48
- _____ 11. ส้วมนั่งยองจะประหยัดน้ำกว่าส้วมชักโครก [] 49
- _____ 12. การซักผ้าด้วยเครื่องจะทำให้ประหยัดน้ำกว่าการซักผ้าด้วยมือ [] 50
- _____ 13. การที่ท่อแตกขนาดเพียง 1 มิลลิเมตรจะสูญเสียน้ำถึง 100 ลิตร/วัน [] 51
- _____ 14. ร่างกายคนเราสามารถอดน้ำได้นานถึง 10 วัน [] 52
- _____ 15. ปี 2537 ทางกรมประปานครหลวงได้ตั้งให้เป็นปีแห่งการอนุรักษ์แหล่งน้ำ [] 53

ส่วนที่ 4 ท่านมีความรู้สึกในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อย่างไร

สำหรับเจ้าหน้าที่
ลงรหัส

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	
1. ประหยัดน้ำวันนี้ ก่อนที่จะไม่มี น้ำใช้วันพรุ่งนี้						[] 54
2. การสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของ น้ำควรเริ่มที่ตัวเราก่อน						[] 55
3. ควรขึ้นราคาค่าน้ำกับกิจการที่ ไม่จำเป็น เช่น อาบอบนวด สนามกอล์ฟ						[] 56
4. ราคาค่าน้ำประปายังถูกมากคน จึงไม่เป็นความสำคัญของการ ประหยัดน้ำ						[] 57
5. การรณรงค์ประหยัดน้ำโดย สื่อมวลชนจะช่วยให้เกิด จิตสำนึกและเกิดการตื่นตัว ได้มากที่สุด						[] 58
6. ควรออกกฎหมายที่มีบทลงโทษ อย่างรุนแรงสำหรับผู้ใช้น้ำ อย่างฟุ่มเฟือย						[] 59
7. บุคคลใกล้ชิดจะเป็นผู้ที่ชักชวน ในการประหยัดน้ำแล้วจะเกิด ประสิทธิผลมากที่สุด						[] 60
8. การรณรงค์ประหยัดน้ำควร ปล่อยให้การประสานครหลวง เป็นผู้ทำ						[] 61
9. เราควรใช้น้ำกันตามปกติ เพราะน้ำเป็นทรัพยากร ธรรมชาติไม่มีวันหมดไป						[] 62
10. "ประหยัดน้ำ ประหยัดเงิน" เป็นคำขวัญที่อยู่บนสติ๊กเกอร์ และโปสเตอร์ของการประปา นครหลวงจะมีส่วนช่วยให้มี การใช้น้ำน้อยลง						[] 63

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	
11. การประหยัดน้ำโดยการเริ่ม จากตนเอง เป็นการแก้ปัญหาที่ ต้นเหตุและปลายเหตุ						[] 64
12. การให้ความร่วมมือในการ ประหยัดน้ำควร เป็นหน้าที่ของ เราทุกคน ทั้ง ๆ ที่เราไม่ได้ เป็นคนที่ใช้้ำอย่างนุ่มนวล และไม่ได้คิดไม่ทำลายป่า						[] 65
13. ตราขโมยที่ยังมีแม่น้ำเจ้าพระยา น้ำประปา ไม่มีวันขาดแคลน						[] 66
14. เราเริ่มตระหนักในคุณค่าของ น้ำเพราะการรณรงค์ประหยัด น้ำมีส่วนช่วย						[] 67
15. ปัญหาภัยแล้งที่เกิดขึ้นในชนบท ทุกปีที่ผ่านมา เป็นเรื่องของ ธรรมชาติและสภาพภูมิศาสตร์ ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำของ คนกรุงเทพฯ						[] 68
16. ในการรณรงค์ประหยัดน้ำควร จะทำต่อเนื่องกันทุกปี						[] 69
17. ข้อความที่ว่า "หากวันนี้เรายัง ไม่ประหยัดน้ำ นุ่งนี้คุณอาจไม่ มีน้ำซักหยดให้ลูกน้อยของคุณ" เป็นข้อความที่ชี้ให้เห็นถึงผลของ การขาดแคลนน้ำ ได้อย่างชัดเจน						[] 70

ส่วนที่ 5

1. ท่านเคยปฏิบัติตามคำแนะนำในเรื่องการประหยัดน้ำบ่อยครั้งเพียงใด
 1. เป็นประจำ
 2. นาน ๆ ครั้ง
 3. บางครั้งบางครั้ง
 4. ไม่เคยเลย (ข้ามไปตอบข้อ 3)
2. ในกิจกรรมต่อไปนี้ท่านมีส่วนช่วยในการประหยัดน้ำอย่างไรบ้างกรุณาแสดงความคิดเห็น
 1. อ่างน้ำ [] 71
 2. แปร่งฝน [] 72
 3. ล้างหน้า [] 73
 4. ล้างมือ [] 74
 5. บ้วนปาก [] 75
 6. โคนหวด [] 76
 7. ต้ม [] 77
 8. ล้างผัก/ผลไม้ [] 78
 9. ล้างถ้วยชาม/ภาชนะ [] 79
 10. ภูบ้าน [] 80
 11. รดน้ำต้นไม้ [] 81
 12. ชักผ้า [] 82
 13. ล้างรถ [] 83
 14. ชักโครก [] 84
 15. พบเห็นก๊อกน้ำเปิดทิ้งไว้ [] 85
 16. พบเห็นท่อประปาแตก [] 86
 17. พบเห็นก๊อกน้ำรั่ว [] 87
 18. พบเห็นสุขภัณฑ์รั่ว [] 88
 19. พบเห็นผู้อื่นใช้น้ำอย่างสิ้นเปลือง [] 89
 20. อื่น ๆ (โปรดระบุ) [] 90
3. ท่านไม่ได้ช่วยในการประหยัดน้ำเพราะ
 1. น้ำยังมีใช้อยู่ปกติ ไม่เดือดร้อน
 2. ความเคยชินในการอุปโภค-บริโภค
 3. ที่บ้าน/ที่ทำงานมีน้ำบาดาลใช้
 4. มีถังน้ำเก็บสำรองไว้ใช้
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. ท่านเคยมีส่วนช่วยในการรณรงค์ประหยัดน้ำหรือไม่
 1. เคย
 2. ไม่เคย

[] 92

[] 93

ประวัติผู้เขียน

ชื่อเดิมชื่อ นางสาวสายชล กาญจนกิจ เกิดเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2511 ที่โรงพยาบาลศิริราช

สำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรี ศึกษาศาสตร์ จากคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒวิทยาเขตบางเขน เมื่อปีการศึกษา 2532 นอกจากนี้ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมหลายด้านด้วยกัน เช่น

- ประกาศนียบัตรพัฒนาบุคลิกภาพ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 - ประกาศนียบัตรศิลปและปรัชญาการทำงาน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ในระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี เข้าฝึกงานด้าน front office ที่โรงแรมแกรนด์พาเลซพัทยา และตั้งแต่ปี 2528 ได้เข้าทำงานที่ บริษัท ไอบีเอ็ม (แห่งประเทศไทย) จำกัด ในตำแหน่ง ผู้ช่วยฝ่ายการตลาด ต่อมาได้ทำงานที่ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ บุคคลภัย จำกัด ในตำแหน่ง หัวหน้าส่วนฝ่ายการตลาด แผนกเงินฝาก ซึ่งเป็นการทำงานครั้งล่าสุด ก่อนที่จะมาศึกษาในระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแห่งนี้