

รายการอ้างอิง



ภาษาไทย

- กรรณิการ์ อัครเดชา. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสื่อสารโน้มน้าวใจ.
กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
ม.ป.ป. หน้า 5
- โกสินทร์ รังสยาพันธ์. ปรัชญาและคุณธรรมสำหรับครู. ภาคพัฒนาตำราและ
เอกสารวิชาการ หน่วยงานนิเทศน์ กรมการฝึกหัดครู, 2530.
คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, สำนักงาน. รายงานสถานการณ์คุณภาพ
สิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย ปี 2528. กรุงเทพมหานคร : กongs
สนเทศและส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2529. หน้า 15
- จิระพล สิ้นธนาวา. เอกสารเผยแพร่ในงานผลิตภัณฑ์เพื่อโลกสวยครั้งที่ 2.
กรุงเทพมหานคร : สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2536.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. กลวิธี แนวทาง วิธีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของ
ประชาชนในงานพัฒนาชุมชน. ใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. การมี
ส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา. กรุงเทพมหานคร :
ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.
- ประกอบ จารุมณี. "ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของรัฐในปัจจุบัน," ใน รายงาน
การสัมมนาทางวิชาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ครั้งที่ 2 วันที่ 6-7
กุมภาพันธ์ 2518. กรุงเทพมหานคร : สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่ง
ประเทศไทย, 2520.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2526.
- ประสพ รัตนากร. "จิตวิทยาความมั่นคง" ใน หนังสือจิตวิทยาความมั่นคง
รวบรวมโดย พลตรีสาเกา ศรีคชา. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยา
การพิมพ์, 2526.

- ประสพ รัตนากร. "จิตวิทยากับความมั่นคงของชาติ" ใน รายงานการประชุมใหญ่ทางวิชาการครั้งที่ 2 การพัฒนาความมั่นคงของชาติ. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2526.
- พีระ จิระโสภณ. "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน." หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมนิราช, 2529.
- ไพรัตน์ เดชะรินทร์. นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาปัจจุบัน. ใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การศึกษานโยบายสาธารณะสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2524.
- ศิริชัย ศิริกายะ. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองป็นชนบท. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- เสถียร เชยประทับ. การสื่อสารงานนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528. การสื่อสารงานนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- ต้องถดี ปุณณกันต์. การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาครู ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- บุษบา ภูสกุล. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

- พจนมาลย์ ลีละฮูวะ. พฤติกรรมกรรรับข่าวสารของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ข่าวเกษตร.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- พยัคฆพันธ์ โพธิ์แก้ว. การเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนาความรู้ ทักษะคติ
และการปฏิบัติงานตามโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการ
สภาตำบล : ศึกษาเฉพาะกรณีคณะกรรมการสภาตำบลในเขตอำเภอ
ม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- เวทย์ ธโนปจัย. การศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์
ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองและชนบท. วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคมวิทยาบัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย, 2516.
- วรรณณา เจือรัตนศิริกุล. อิทธิพลของรายการโทรทัศน์ที่มีต่อความตระหนักใน
การส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตสาขาสังแวดล้อม
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2531.
- สรศักดิ์ระวี คชาชีวะ. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรสื่อสารกับความ
ทันสมัยของประชาชนในท้องที่บางชั้น เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร :
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2524.
- อรสา ปานขาว. พฤติกรรมกรรยอมรับข่าวสารด้านการป้องกันยาเสพติดทาง
วิทยุและโทรทัศน์ของประชาชนในเขตชุมชนแออัดคลองเตย :
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
 2526.
- อารยา ศุภทวมงคล. พฤติกรรมกรรเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
ทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
 โทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ภาษาอังกฤษ

- Bloom. Benjamin S., Hasting. J. Thomas and Madaus. George F. Handbook on Formative and Somative Evaluation of Student Learning. New York : Mc Graw - Hill Book Company, 1971.
- DeFleur, Melvin L. Theories of Mass Communication. New York David Mckay Company, 1970.
- Katz, Elihu, and Lazarsfeld, Paul F. Peronal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communication. New York : The Free Press, 1955.
- Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication. New York : The Free Press, 1960.
- Mcquire, W.J. 1969. "The Nature of Attitucle and Attitude change". The Handbook of Social Psychology. (2d.ed.). Massachusetts. Addison Wesley Publishing Company.
- Philip G. Zimbardo. The Psychology of Attitude change and Social Influence. U.S.A. : Mc Graw - Hill, Inc., 1991 : p.168-171 , 199.
- Rogers, Everette M. and Shoemaker, Floyed F. Communication of Innovation : A Cross Cultural Approach. New York : The Free Press, 1971. Diffusion of Innovation. New York : The Free Press, 1983.
- Schramm, Wilbur. Channels and Audienus in Handbook of communication. Chicago : Rand Mcnelly College Publishing Company, 1973 : p.121 - 122.



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้อย่าง
ตามการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
<u>ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์</u>		
ทุกวัน	352	81.7
ดูลัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	45	10.4
ดูลัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	24	5.6
ดูน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	7	1.6
ไม่ดูเลย	4	.7
รวม	432	100.0
<u>ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์</u>		
มากกว่า 2 ชั่วโมง	192	44.5
1-2 ชั่วโมง	174	40.4
30-59 นาที	44	10.0
15-29 นาที	20	4.6
น้อยกว่า 15 นาที	2	0.5
รวม	432	100.0

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทที่
กลุ่มตัวอย่างชอบดู

รายการ	ดู		ไม่ดู	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ข่าว วิเคราะห์ข่าว	267	61.9	165	38.1
2. สารคดี	197	45.5	235	54.5
3. รายการกีฬา	142	32.7	290	67.3
4. รายการบันเทิง ละคร ภาพยนตร์	342	79.1	90	20.9
5. รายการเพื่อการศึกษา	52	12.1	380	87.9
6. รายการเด็ก การ์ตูน	84	19.3	348	80.7
7. อื่น ๆ (เช่น รายการแม่บ้าน ทอล์คโชว์ ฯลฯ)	14	3.0	418	97.0

จากตารางที่ 34 พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมดจำนวน 432 คน รายการโทรทัศน์ที่มีผู้ชอบดูมากที่สุดคือรายการประเภทบันเทิง ละคร ภาพยนตร์ มีจำนวนถึง 342 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 รองลงมาคือ รายการประเภทข่าว วิเคราะห์ข่าว มีจำนวนผู้ชอบดู 267 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 ส่วนรายการที่มีผู้ดูน้อยที่สุด หรือไม่ค่อยได้รับความนิยมนั้น คือ รายการเพื่อการศึกษา มีผู้ดูเพียง 52 คน คิดเป็นร้อยละเพียง 12.1 เท่านั้น

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิด
รับข่าวสารทั่วไปจากสื่อวิทยุ

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
<u>ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ</u>		
ฟังทุกวัน	239	55.5
ฟังสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	78	18.1
ฟังสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	50	11.6
ฟังน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	44	10.2
ไม่ฟังเลย	21	4.6
รวม	432	100.0
<u>ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ</u>		
มากกว่า 2 ชั่วโมง	125	29.0
1-2 ชั่วโมง	121	28.1
30-50 นาที	94	21.8
15-29 นาที	58	13.2
น้อยกว่า 15 นาที	34	7.9
รวม	432	100.0

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของรายการวิทยุที่กลุ่มตัวอย่างชอบฟัง

รายการ	ฟัง		ไม่ฟัง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ข่าว วิเคราะห์ข่าว	187	43.2	245	56.8
2. เกร็ดความรู้ สารคดี	134	30.9	298	69.1
3. รายการเพลง	338	78.4	94	21.6
4. รายการละคร	18	3.9	414	96.1
5. รายการกีฬา	25	5.8	406	94.2
6. รายการแม่บ้าน	28	6.3	404	93.7
7. อื่น ๆ [จส 100 - ผู้ตอบไม่ได้ตีความว่าข่าวจรรยา (จส 100) อยู่ในประเภทของข่าว]	13	2.8	419	97.2

จากตารางที่ 36 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมดจำนวน 432 คน ชอบฟังรายการวิทยุประเภทเพลงมากที่สุด คือ 338 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 รายการที่ชอบรองลงมาคือรายการประเภทข่าว วิเคราะห์ข่าว มีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 ส่วนรายการที่ชอบน้อยที่สุดคือรายการละครวิทยุ มีจำนวนผู้ฟังเพียง 18 คน คิดเป็นเพียงร้อยละ 3.9 เท่านั้น

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อหนังสือพิมพ์

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
<u>ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์</u>		
อ่านทุกวัน	259	60.1
อ่านสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	83	19.3
อ่านสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	51	11.8
อ่านน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	28	6.5
ไม่อ่านเลย	11	2.3
รวม	432	100.0
<u>ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์</u>		
มากกว่า 2 ชั่วโมง	27	6.3
1-2 ชั่วโมง	78	18.1
30-50 นาที	137	31.8
15-29 นาที	147	34.1
น้อยกว่า 15 นาที	43	9.7
รวม	432	100.0

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่าง
ชอบอ่าน

รายการ	อ่าน		ไม่อ่าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ข่าว วิเคราะห์ข่าว	270	62.6	162	37.4
2. เกร็ดความรู้ สารคดี	106	24.4	326	75.6
3. รายการเพลง	92	21.3	340	78.7
4. รายการละคร	100	23.2	332	76.8
5. รายการกีฬา	190	44.1	242	55.9
6. รายการแม่บ้าน	84	19.3	348	80.7
7. อื่น ๆ	-	-	-	-

จากตารางที่ 38 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 432 คน ชอบ
อ่านหนังสือพิมพ์คอลัมน์ข่าว วิเคราะห์ข่าวมากที่สุด คือ 270 คน คิดเป็นร้อยละ
62.6 รองลงมาคือ คอลัมน์บันเทิง ดารา นิยาย จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อย
ละ 44.1 ส่วนคอลัมน์ที่มีผู้สนใจอ่านน้อยที่สุดคือ คอลัมน์กีฬา มีจำนวนเพียง 84
คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิด
รับข่าวสารทั่วไปจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
<u>ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์</u>		
อ่านทุกวัน	30	7.0
อ่านสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	57	13.2
อ่านสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	154	35.7
อ่านน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	136	31.6
ไม่อ่านเลย	55	12.5
รวม	432	100.0
<u>ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์</u>		
มากกว่า 2 ชั่วโมง	39	9.1
1-2 ชั่วโมง	125	29.1
30-50 นาที	171	39.8
15-29 นาที	67	15.6
น้อยกว่า 15 นาที	30	6.4
รวม	432	100.0


ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของคอลัมน์ในนิตยสารที่กลุ่มตัวอย่าง
ชอบอ่าน

รายการ	อ่าน		ไม่อ่าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ข่าวสังคม การเมือง เศรษฐกิจ	157	36.2	275	63.8
2. สารคดี เกร็ดความรู้	235	54.3	197	45.7
3. บันเทิง เช่น ดารา เพลง	196	45.2	236	54.8
4. โฆษณา	87	20.0	345	80.0
5. นวนิยาย เรื่องสั้น	96	22.0	335	78.0
6. แนะนำสินค้าใหม่	129	29.7	303	70.3
7. แนะนำสถานที่	137	31.6	295	68.4
8. แฟชั่นและความงาม	176	40.8	255	59.2
9. ตอบปัญหาชีวิตและสุขภาพ	120	27.8	312	72.2
10. อื่น ๆ (ระบู่) พยากรณ์ ดูดวง โชคชะตา แนะนำอาหาร	5	3.2	417	96.8

จากตารางที่ 40 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 432 คน ชอบอ่าน
นิตยสาร คอลัมน์เกี่ยวกับสารคดี เกร็ดความรู้ มากที่สุดคือ 235 คน คิด
เป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ ชอบอ่านคอลัมน์เกี่ยวกับทางด้านบันเทิง เช่น
ดารา เพลง มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 ส่วนคอลัมน์ที่อ่านน้อย
ที่สุดคือ โฆษณามีจำนวนคนอ่านเพียง 87 คน คิดเป็นร้อยละ 20 เท่านั้น

จากตารางที่ 41 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้นำมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากโทรทัศน์ในระดับมาก (คือสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง) เป็นส่วนใหญ่คือ มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 สำหรับสื่อวิทยุมีการเปิดรับในระดับปานกลาง (สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง) เป็นส่วนใหญ่คือ 113 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 สื่อหนังสือพิมพ์มีการเปิดรับในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่เช่นกัน คือ 103 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 สื่อนิตยสารมีการเปิดรับในระดับน้อย (เดือนละ 1-2 ครั้ง) เป็นส่วนใหญ่คือ 128 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และสื่อบุคคลมีการเปิดรับในระดับน้อยมาก (นานกว่าเดือนละครั้ง) เป็นส่วนใหญ่คือ 131 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4




ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากสื่อเฉพาะกิจ

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร	สื่อประเภทต่าง ๆ			
	แผ่นพับ	โปสเตอร์	การจัดงานนิทรรศการ	อื่น ๆ (ถูกใส่ชื่อจากห้างสรรพสินค้าโฆษณาข้างรถเมล์)
มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง	5 (1.2)	11 (2.6)	3 (0.7)	1 (0.2)
สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	10 (2.3)	14 (3.2)	7 (1.6)	2 (0.3)
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	39 (9.1)	41 (9.5)	8 (1.9)	3 (0.7)
เดือนละ 1-2 ครั้ง	118 (27.5)	118 (27.4)	68 (15.9)	12 (2.8)
นานกว่าเดือนละครั้ง	131 (30.3)	156 (36.2)	204 (47.6)	15 (3.5)
ไม่เคยเลย	129 (29.6)	92 (21.1)	142 (32.3)	399 (92.3)
รวม	432 (100.0)	432 (100.0)	432 (100.0)	432 (100.0)

จากตารางที่ 42 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อเฉพาะกิจ อยู่ในระดับน้อยที่สุดเป็นส่วนใหญ่ในทุกสื่อ คือ สื่อแผ่นพับมีจำนวนผู้เปิดรับข่าวสารในระดับน้อยที่สุด 131 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 สื่อโปสเตอร์มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 การจัดงานนิทรรศการมีจำนวน 204 คนคิดเป็นร้อยละ 47.6 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจอื่นๆ เช่น ถุงใส่ของ ปฏิทิน BUSSIDE ผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 92.3 ไม่เคยรับข่าวสารจากด้านนี้เลย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนที่ตอบถูกและตอบผิดในส่วนของความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ข้อความ	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมค่านึงถึงจุดสำคัญต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะในระหว่างกระบวนการผลิตเท่านั้น	274	63.3	158	36.7
2. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต้องได้จากการผลิตที่ใช้วัสดุในประเทศและไม่ผ่านการทดลองกับสัตว์ทุกชนิด	188	43.4	244	56.6
3. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมถูกจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่การปลูกจิตสำนึกและสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม	407	94.4	25	5.6
4. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทผ้าไม่ฟอกย้อมสามารถป้องกันการเกิดสารพิษชนิดหนึ่ง (ไดออกซิน) ซึ่งเกิดขึ้นขณะที่มีกระบวนการฟอกขาวด้วยสารเคมีและเป็นสาเหตุของการเกิดสารก่อมะเร็งที่มีพิษร้ายแรงต่อร่างกายได้	328	76.1	104	23.9
5. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทผ้าไม่ฟอกย้อมสามารถช่วยลดปริมาณการใช้น้ำได้ถึง 40,000 ลิตร และลดการใช้พลังงานได้ถึง 140 กิโลวัตต์/ชม. ต่อการย้อมผ้าแต่ละพับ	304	70.3	128	29.7

ตารางที่ 43 (ต่อ)

ข้อความ	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
6. ผลลัพธ์ที่เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ	344	79.8	88	20.2
7. ผลลัพธ์ที่เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทอาหารจากธรรมชาติไม่มีคุณค่าทางอาหารเพียงพอเนื่องจากไม่มีการปรุงแต่งสีเสริมสร้างคุณค่าทางอาหารแต่อย่างใด	330	76.6	102	23.4
8. ผลลัพธ์ที่เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทพลาสติกรีไซเคิลสามารถลดต้นทุนและพลังงานในการผลิตได้ โดยสามารถประหยัดพลังงานได้ถึง 90% จากการผลิตเดิม	292	67.5	140	32.5
9. ซีโอไลท์เป็นสารประกอบทางเคมีสังเคราะห์ซึ่งสามารถใช้ผสมกับผงซักฟอก เพื่อลดความกระด้างและสามารถช่วยแก้ไขปัญหามลภาวะทางน้ำได้	69	15.8	363	84.2
10. ผลลัพธ์ที่เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทหลอดไฟประหยัดพลังงานจะช่วยประหยัดพลังงานได้ถึง 1 ใน 5 ของหลอดไฟที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน แต่อาจให้แสงสว่างไม่เท่ากัน และมีราคาแพงกว่า	210	48.7	222	51.3
11. ผลลัพธ์ที่เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำมีราคาสูงกว่าสุขภัณฑ์แบบธรรมดา	160	37.1	272	62.9

ตารางที่ 43 (ต่อ)

ข้อความ	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
12. ผลិតภักท์บัตรอวยพร ปฏิทิน ไดอารี่ ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้านต่าง ๆ จัดว่า เป็นผลิตภักท์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้เพราะ สามารถใช้เป็นสื่อชักชวนให้ร่วมกันอนุรักษ์สิ่ง แวดล้อมอีกทางหนึ่ง	50	11.4	382	88.6
13. ผลิตภักท์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะไม่ใช้บรรจุภัณฑ์ มากเกินไปจนจำเป็น	350	81.2	82	18.8
14. ผลิตภักท์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต้องเป็นผลิตภักท์ ที่ได้จากขบวนการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษหรือก่อ ให้เกิดมลภาวะน้อยที่สุดนับตั้งแต่การนำวัตถุดิบ ออกมาจากแหล่งธรรมชาติ การขนส่ง การ แปรรูป การผลิต และการจำหน่าย	403	93.3	29	6.7
ค่าความรู้เฉลี่ย (\bar{X})	8.59		ค่าความแปรปรวน	
			ความรู้ (SD)	
			1.73	

ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติ
ต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	\bar{X}	SD
1. การใช้ผลิตภัณฑ์อนุ- รักษ์สิ่งแวดล้อมช่วย ทำให้สภาพแวดล้อม ดีขึ้น	255 (58.9)	147 (34.1)	23 (5.3)	4 (0.9)	3 (0.7)	4.50	0.7
2. ผลิตภัณฑ์รีไซเคิลช่วย ลดปริมาณขยะเหลือ ใช้ให้น้อยลง	250 (57.8)	156 (36.2)	23 (5.3)	3 (0.7)	-	4.51	0.63
3. ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่ง- แวดล้อมจะทำให้ ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ มากขึ้น	108 (24.8)	141 (32.7)	155 (36.0)	24 (5.6)	4 (0.9)	3.75	0.92
4. ผลิตภัณฑ์ผ้าไม่ฟอกย้อม จะช่วยลดปัญหามลพิษ ทางน้ำได้	120 (27.6)	197 (45.7)	104 (24.1)	8 (1.9)	3 (0.7)	3.98	0.81
5. ผลิตภัณฑ์สุขภัณฑ์ ประหยัดน้ำจะช่วยใน การประหยัดน้ำได้ดี	159 (36.7)	210 (48.7)	55 (12.8)	7 (1.6)	1 (0.2)	4.20	0.74

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	\bar{X}	SD
6. น้ำมันไร้สารตะกั่วมี ส่วนช่วยในการลด ปัญหามลพิษทาง อากาศได้มาก	231 (53.4)	153 (35.5)	43 (10.0)	5 (1.2)	-	4.41	0.72
7. ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่ง แวดล้อมมีราคาแพง ทำให้ไม่ช่วย ประหยัดค่าใช้จ่าย	45 (10.4)	102 (23.7)	163 (37.8)	94 (21.8)	28 (6.3)	2.89	1.05
8. ผลิตภัณฑ์รีไซเคิลไม้ สะอาดเพียงพอ เพราะเป็นของเก่า มาใช้ใหม่	11 (2.6)	46 (10.7)	153 (35.3)	185 (42.9)	37 (8.6)	3.44	0.89
9. ผลิตภัณฑ์ผ้าไม่ฟอก ย้อมไม่มีสีสรร สวยงาม	21 (4.9)	134 (31.1)	103 (23.9)	142 (32.9)	32 (7.2)	3.06	1.05
10. ผลิตภัณฑ์รีไซเคิลมี คุณภาพไม่ดีพอ	8 (1.9)	43 (10.0)	188 (44.3)	160 (37.1)	33 (7.7)	3.39	0.84
11. ผลิตภัณฑ์สุขภัณฑ์ ประหยัดน้ำไม่ สามารถชำระล้าง สิ่งสกปรกได้ดีพอ	8 (1.8)	36 (8.4)	128 (29.5)	210 (48.7)	50 (11.6)	3.60	0.87

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	\bar{X}	SD
12. น้ำมันไร้สารตะกั่ว ทำให้สภาพเครื่อง ยนต์เสื่อมสมรรถภาพ	7	24	137	174	90	3.73	0.91
	(1.6)	(5.6)	(31.8)	(40.4)	(20.6)		
ทัศนคติเฉลี่ย (\bar{X})	3.84		ค่าความแปรปรวนของ ทัศนคติ (SD)			0.56	

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



การมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ข้อความ	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	พอสมควร	นานๆ ครั้ง	ไม่ เคย	\bar{X}	SD
1. ท่านเจาะจงเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไม่ ฟอกย้อมเพื่อช่วย ลดปัญหามลภาวะ ทางน้ำหรือไม่	14 (3.0)	27 (6.3)	115 (26.7)	151 (35)	125 (29)	2.19	1.02
2. ท่านเลือกที่จะนำ ถุงพลาสติกที่ใช้ แล้วมาใช้ซ้ำอีก ครั้งเพื่อช่วยลด ปริมาณขยะ	133 (30.7)	98 (22.7)	94 (21.8)	63 (14.6)	44 (10.2)	3.49	1.33
3. ท่านเลือกซื้อแต่ เฉพาะอาหารที่ ไม่ใส่สารกันบูด	100 (23.2)	129 (29.9)	119 (27.6)	57 (13.0)	27 (6.3)	3.51	1.16
4. ท่านเลือกซื้อแต่ เฉพาะผักที่ไม่ใช้ ยาฆ่าแมลงมาใช้ ในการประกอบ อาหาร	94 (21.8)	108 (25.1)	129 (29.9)	69 (16.0)	32 (7.2)	3.39	1.19

ตารางที่ 45 (ต่อ)

ข้อความ	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	พอสมควร	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	\bar{X}	SD
5. ท่านเจาะจงเลือก ชื่อแต่นายาล้าง จานที่มีส่วนผสม เพื่อช่วยลดปัญหา มลภาวะทางน้ำ	80 (18.6)	95 (21.8)	131 (30.4)	67 (15.5)	59 (13.7)	3.16	1.28
6. ท่านเจาะจงเลือก ชื่อแต่ผงซักฟอกที่มี ส่วนผสมของซีโอ- ไลต์เพื่อที่จะช่วย ลดปัญหามลภาวะ ทางน้ำ	86 (19.7)	87 (20.2)	137 (31.8)	60 (13.9)	62 (14.4)	3.17	1.29
7. รถของท่านเติม เฉพาะน้ำมันไว้ สารตะกั่ว	192 (44.3)	59 (13.7)	48 (11.1)	19 (4.4)	114 (26.5)	3.45	1.68
8. ท่านเจาะจงเลือก ชื่อแต่ผลิตภัณฑ์ชนิด เติม (refill) เพื่อมาเติมใน บรรจุภัณฑ์เติมที่มี อยู่เพื่อช่วยลด ปริมาณขยะและประหยัดค่าใช้จ่าย	154 (36.0)	106 (24.6)	82 (19.0)	59 (13.7)	29 (6.7)	3.69	1.27

ตารางที่ 45 (ต่อ)

ข้อความ	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	พอสมควร	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	\bar{X}	SD
9. ท่านเจาะจงเลือก ชื่อเครื่องสำอางค์ ที่ใช้สุมไพร หรือ สกัดจากสารธรรม- ชาติ (หากผู้ตอบ เป็นผู้ชายให้สมมุติ กรณีเลือกชื่อให้ ผู้อื่น)	63 (14.4)	71 (16.5)	113 (26.2)	107 (24.8)	78 (18.1)	2.84	1.30
10. ท่านมีส่วนแนะนำ ให้บุคคลใกล้เคียง รู้จักกับผลิตภัณฑ์ เพื่ออนุรักษ์สิ่ง แวดล้อมชนิดต่าง ๆ และชักชวนให้ บุคคลเหล่านั้นหัน มาใช้ผลิตภัณฑ์ ดังกล่าวเพื่อช่วย แก้ไขปัญหาล้าง แหวดล้อม	63 (14.3)	71 (16.5)	128 (29.7)	114 (26.5)	56 (13.0)	2.92	1.23

การมีส่วนร่วมเฉลี่ย (\bar{X}) 3.84 ค่าความแปรปรวนของการมีส่วนร่วม (SD) 0.86

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการทำหรือเลือกที่จะทำกิจกรรมที่แสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือไม่

กิจกรรม	ทำ		ไม่ทำ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านใช้หลอดไฟประหยัดพลังงานภายในบ้านบ้างหรือไม่	359	83.1	73	16.9
2. หากท่านเลือกได้ท่านจะติดตั้งระบบสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำภายในบ้านหรือไม่	363	84	69	16.7
3. หากท่านเลือกได้ท่านจะติดตั้งก๊อกน้ำระบบกดภายในบ้านหรือไม่	279	64.5	153	35.5
4. หากท่านเลือกได้ท่านจะติดตั้งระบบทำน้ำร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ในบ้านหรือไม่	265	61.3	167	38.7
5. หากท่านเลือกได้ท่านจะติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียก่อนระบายน้ำทิ้งในบ้านหรือไม่	322	74.5	110	25.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความสนใจรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ที่ปรากฏอยู่ตามสื่อต่าง ๆ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจในรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ปรากฏอยู่ตามสื่อต่าง ๆ

ระดับความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจมากที่สุด	29	6.7
สนใจมาก	175	40.6
สนใจน้อย (เป็นบางครั้ง)	211	49.0
ไม่สนใจเลย	17	3.7
รวม	432	100.0

จากตารางที่ 47 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ สามารถแบ่งกลุ่มของความสนใจในรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มที่มีความสนใจน้อย หมายถึง สนใจรายการดังกล่าวเป็นบางครั้งเท่านั้น เป็นกลุ่มที่มีจำนวนคนมากที่สุดคือ 211 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 ส่วนกลุ่มใหญ่รองลงมาคือกลุ่มผู้มีความสนใจรายการดังกล่าวอยู่ในระดับมากมีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6

ประเภทของเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

แวดล้อม

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ประเภทของเนื้อหา	เคยได้รับ		ไม่เคยได้รับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมชนิดใหม่ๆ	261	60.3	171	39.7
2. การบอกถึงประโยชน์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	278	64.3	154	35.7
3. ขบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	69	15.8	363	84.2
4. สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	80	18.3	352	81.7
5. ผลกระทบของการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน	256	59.4	176	40.6
6. อื่น ๆ (การบอกว่าผลิตภัณฑ์นี้มีราคาแพง การบอกว่าไม่ได้ผลเท่าไรในการช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม)	4	0.7	428	99.3

จากตารางที่ 48 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่มีเนื้อหาบอกถึงประโยชน์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือมีจำนวนถึง 278 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ การรับข่าวสารที่มีเนื้อหาเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมชนิดใหม่ ๆ มีจำนวนผู้ที่เคยได้รับเนื้อหาข่าวสารประเภทนี้ 261 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 ส่วนเนื้อหาที่มีผู้ได้รับน้อยที่สุดคือเนื้อหาเกี่ยวกับขบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 เท่านั้น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปริมาณการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามสื่อต่าง ๆ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปริมาณการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามสื่อต่าง ๆ

ปริมาณการนำเสนอข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
มาก	96	22.0
ปานกลาง	214	49.7
น้อย	122	28.3
รวม	432	100.0

จากตารางที่ 49 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่แล้วมีความคิดเห็นว่าปริมาณการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามสื่อต่าง ๆ ยังมีอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีผู้ที่มีความคิดเห็นเช่นนี้ถึง 214 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาคือผู้ที่มีความคิดเห็นว่าปริมาณการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จึงมีอยู่ในระดับน้อย มีจำนวนผู้คิดเห็นนี้ 122 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ส่วนกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มผู้ที่มีความคิดว่าปริมาณการนำเสนอข่าวสารดังกล่าวมีจำนวนมาก มีเพียง 96 คน คิดเป็นร้อยละ 22

ความคิดเห็นต่อการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมว่าน่าจะนำเสนอผ่านสื่อใดมากที่สุด บ่อยครั้งเท่าใด ในช่วงเวลาใด

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมว่าน่าจะผ่านสื่อใดมากที่สุด บ่อยครั้งเท่าใด ในช่วงเวลาใด

สื่อใด	จำนวน	ความบ่อยครั้ง					ช่วงเวลาที่น่าสนใจ	
		ทุกวัน	วันละ3-4 ครั้ง	อาทิตย์ ละครั้ง	อาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง	บ่อยที่สุด	ช่วงหลังข่าว	แทรกรายการต่างๆ (รายการบันเทิง)
โทรทัศน์	303	93	16	14	24	16	17	11
วิทยุ	47	14	1	2	-	2	1	2
หนังสือพิมพ์	33	4	1	1	-	-	-	-
นิตยสาร	4	-	-	-	-	-	-	-
แผ่นพับ	5	-	-	-	-	-	-	-
โปสเตอร์	6	-	-	-	-	-	-	-
ป้ายโฆษณา	3	-	-	-	-	-	-	-
สื่อสิ่งพิมพ์	3	-	-	-	-	-	-	-
ปฏิทิน ใบเสร็จ	-	-	-	-	-	-	-	-
ทุก ๆ สื่อ	8	-	-	-	-	-	-	-
ไม่ออกความเห็น	20	-	-	-	-	-	-	-
รวม	432							



จากตารางที่ 50 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ส่วนใหญ่
แล้วต้องการให้มีการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านทาง
สื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อวิทยุ และหนังสือพิมพ์ ส่วนความบ่อยครั้ง
และช่วงเวลา ที่ควรนำเสนอ นั้นมีการแสดงความคิดเห็นเพียงเล็กน้อยแต่พอที่
จะสรุปได้ว่าต้องการให้มีการนำเสนอผ่านทางสื่อโทรทัศน์ทุกวันในช่วงเวลาโฆษณา
หลังข่าว



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความคิดเห็นต่อการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ล้อมว่าน่าจะนำเสนอผ่านสื่อใด เพราะเหตุผลใด

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมล้อมว่าน่าจะนำเสนอผ่านสื่อใด เพราะเหตุใด

สื่อ	เหตุผล	จำนวน
โทรทัศน์	เพราะเป็นสื่อที่นำเสนอทั้งภาพและเสียง สามารถดูได้ทุกเพศทุกวัยมีทุกบ้าน ได้รับความนิยมนสูงสุด เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ มีการนำเสนอรวดเร็วเข้าถึงคนง่าย จดจำง่าย เข้าใจง่าย สื่อสารได้ด้วยภาพดี	173
วิทยุ	เพราะเป็นสื่อที่หาซื้อได้ง่าย ราคาถูก มีทุกบ้าน ฟังได้ตลอดเวลา ติดตามข่าวสารได้ง่าย ทุกเวลา แม้ไม่ได้อยู่ในบ้าน แต่ทำงาน ขับรถ เดินอยู่ก็ฟังได้	28
หนังสือพิมพ์	เพราะราคาถูก คนซื้อทุกวัน คนส่วนใหญ่อ่าน	20
นิตยสาร	เพราะอายุการใช้งาน (การนำเสนอ) ค่อนข้างนานกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดอื่น ๆ	15
แผ่นพับ โปสเตอร์	เพราะคนเห็นได้ง่าย น่าจะเผยแพร่ข่าวสารได้ดี	10
เสนอผ่านทุกสื่อ	เพราะคนจะได้สัมผัสได้ทุกทาง + มีระยะเวลาในการเผยแพร่ยาวนาน	30
ไม่บอกเหตุผล	-	156
รวม	-	432

ความคิดเห็นต่อการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมว่าน่าจะนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบใด

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมว่าน่าจะนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบใด

รูปแบบ	จำนวน	ร้อยละ
1. สารคดี (ยาวไม่เกิน 10 นาทีต่อครั้ง)	105	24.31
2. บันเทิง (ใช้สอดแทรก เช่น รูปแบบเพลงประกอบ ภาพยนตร์หรือใช้โดยตรง จัดเป็นรายการบันเทิง)	145	33.56
3. สารคดีสลับบันเทิง	33	7.64
4. โฆษณา	23	5.32
5. ละครสั้น	20	4.63
6. การ์ตูน (กระตุ้นความสนใจเด็ก แจกตามโรงเรียน)	12	2.77
7. เกิดความรู้สั้น ๆ บทความ	10	1.62
8. ตอบปัญหา (ตามวิทยุ)	3	0.69
9. เนื้อหาดลก	3	0.69
10. ใช้ดารา บุคคลที่น่าเชื่อถือเป็นคนนำเสนอ	11	2.55
11. ใช้รูปแบบรายการตื่นเต้น เร้าใจ	6	1.38
12. นำเสนอแกรรายการข่าว รายการต่าง ๆ ในรูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ (วันละ 10 นาที)	13	3.05
13. เสนอสลับตามรายการที่มี Rating สูง	8	1.85
14. ใช้หลาย ๆ รูปแบบต่างกันไป	6	1.38
15. ไม่เสนอความเห็น	34	7.87
รวม	432	100.0

ตารางที่ 53 แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความสนใจ
รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่
ปรากฏอยู่ตามสื่อต่าง ๆ กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์
เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

หัวข้อ

ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้

ความสนใจในรายการที่มีเนื้อหา
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

0.1681***

*** $P < .001$

จากตารางที่ 53 พบว่าความสนใจในรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิต
ภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ปรากฏอยู่ตามสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .001

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 54 แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความสนใจ
รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่
ปรากฏอยู่ตามสื่อต่าง ๆ กับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุ
รักษ์สิ่งแวดล้อม

หัวข้อ

ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ

ความสนใจในรายการที่มีเนื้อหา
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

0.2272***

*** P < .001

จากตารางที่ 54 พบว่าความสนใจในรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิต
ภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกว่าทัศนคติต่อการใช้
ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 55 แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความสนใจ
รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่
ปรากฏอยู่ตามสื่อต่าง ๆ กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์
เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

หัวข้อ

ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

ความสนใจในรายการที่มีเนื้อหา
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

0.2568***

*** $P < .001$

จากตารางที่ 55 พบว่าความสนใจในรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกว่าการมีส่วนร่วม
ร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .001

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แบบทดสอบ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อต้องการข้อมูลไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1

ข้อมูลส่วนตัว

โปรดทำเครื่องหมาย หน้าเลขข้อคำตอบที่ท่านเลือก

1.1 เพศ _____ 1 ชาย _____ 2 หญิง

1.2 อายุ _____ 1 อายุระหว่าง 15-22 ปี

_____ 2 อายุระหว่าง 23-39 ปี

_____ 3 อายุระหว่าง 40-55 ปี

1.3 การศึกษาขั้นสูงสุด

_____ 1 ไม่ได้เข้าเรียน

_____ 2 ประถมศึกษา (ป.1 - ป.6)

_____ 3 มัธยมศึกษา (ม.1 - ม.6)

_____ 4 อุดมศึกษา (ปริญญาตรี)

_____ 5 ปริญญาตรีขึ้นไป

_____ 6 อื่น ๆ (ระบุ) _____

1.4 สถานภาพสมรส _____ 1 โสด _____ 2 สมรสแล้ว

_____ 3 หย่าร้าง

1.5 อาชีพ

- 1 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- 2 พนักงานบริษัท / วิชาชีพ
- 3 กิจการส่วนตัว / ค้าขาย
- 4 นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา
- 5 แม่บ้าน
- 6 รับจ้างทั่วไป / งานบริการ

1.6 รายได้ต่อเดือน

- 1 ไม่มีรายได้ (นักเรียน นิสิต นักศึกษา หรือแม่บ้านที่ไม่มีรายได้)
- 2 น้อยกว่า 5,000 บาท
- 3 5,001 - 10,000 บาท
- 4 10,001 - 15,000 บาท
- 5 15,000 - 20,000 บาท
- 6 มากกว่า 20,000 ขึ้นไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2

เกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร

โปรดทำเครื่องหมาย หน้าเลขข้อที่ท่านเลือก

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป

2.1.1 ท่านดูโทรทัศน์บ่อยครั้งเพียงใด

- 1 ทุกวัน
- 2 สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
- 3 สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
- 4 น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง
- 5 ไม่ดูเลย

2.1.2 ท่านใช้เวลาดูโทรทัศน์ครั้งละเท่าใด

- 1 มากกว่า 2 ชั่วโมง
- 2 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง
- 3 30 นาที - 59 นาที
- 4 15 นาที - 29 นาที
- 5 น้อยกว่า 15 นาที

2.1.3 ท่านชอบดูโทรทัศน์รายการใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ข่าว วิเคราะห์ข่าว
- 2 สารคดี
- 3 รายการกีฬา
- 4 รายการบันเทิง ละคร ภาพยนตร์
- 5 รายการเพื่อการศึกษา
- 6 รายเด็ก การ์ตูน
- 7 อื่น ๆ (ระบุ)-----

2.1.4 ท่านฟังวิทยุบ่อยครั้งเพียงใด

- 1 ทุกวัน
- 2 สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
- 3 สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
- 4 น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง
- 5 ไม่เคยเลย

2.1.5 ท่านใช้เวลาฟังวิทยุครั้งละเท่าใด

- 1 มากกว่า 2 ชั่วโมง
- 2 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง
- 3 30 นาที - 59 นาที
- 4 15 นาที - 29 นาที
- 5 น้อยกว่า 15 นาที

2.1.6 ท่านชอบฟังวิทยุรายการใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ข่าว วิเคราะห์ข่าว
- 2 เกร็ดความรู้ สารคดี
- 3 รายการเพลง
- 4 รายการละคร
- 5 รายการกีฬา
- 6 รายการแม่บ้าน
- 7 อื่น ๆ (ระบุ) _____

2.1.7 ท่านอ่านหนังสือพิมพ์บ่อยครั้งเพียงใด

- 1 ทุกวัน
- 2 สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
- 3 สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
- 4 น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง
- 5 ไม่อ่านเลย

2.1.8 ทำนใช้เวลาด่านหนังสือพิมพ์ครั้งละเท่าใด

- 1 มากกว่า 2 ชั่วโมง
- 2 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง
- 3 30 นาที - 59 นาที
- 4 15 นาที - 29 นาที
- 5 น้อยกว่า 15 นาที

2.1.9 ทำนชอบอ่านหนังสือพิมพ์คอลัมน์ใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ข่าว วิเคราะห์ข่าว
- 2 บทความ
- 3 สารคดี
- 4 ข่าวสังคม ข่าวสตรี
- 5 คอลัมน์บันเทิง ดารา นิสย
- 6 คอลัมน์กีฬา
- 7 อื่น ๆ (ระบุ) _____

2.1.10 ทำนอ่านนิตยสารบ่อยครั้งเพียงใด

- 1 ทุกวัน
- 2 สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
- 3 สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
- 4 น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง
- 5 ไม่อ่านเลย

2.1.11 ทำนใช้เวลาด่านนิตยสารครั้งละเท่าใด

- 1 มากกว่า 2 ชั่วโมง
- 2 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง
- 3 30 นาที - 59 นาที
- 4 15 นาที - 29 นาที
- 5 น้อยกว่า 15 นาที

2.1.12 ท่านชอบอ่านนิตยสารหน้าใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ข่าวสังคม การเมือง เศรษฐกิจ
- 2 สารคดี เกร็ดความรู้
- 3 บันเทิง เช่น ดารา เพลง
- 4 โฆษณา
- 5 นวนิยายเรื่องสั้น
- 6 แนะนำสินค้าใหม่
- 7 แนะนำสถานที่
- 8 แฟชั่น และความงาม
- 9 ตอบปัญหาชีวิตและสุขภาพ
- 10 อื่น (ระบุ) _____

2.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.2.1 ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อมจากสื่อใดมากที่สุด

- 1 โทรทัศน์
- 2 วิทยุ
- 3 หนังสือพิมพ์
- 4 นิตยสาร
- 5 เพื่อนฝูงญาติมิตร บุคคลที่รู้จัก
- 6 อื่น ๆ (ระบุ) _____

2.2.2 ท่านเคยได้รับข่าวสารด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

จากสื่อต่าง ๆ ในข้อ 2.2.1 บ่อยเพียงใด

ก. โทรทัศน์

- 1 มากกว่าสี่ปาดำละ 4 ครั้ง
- 2 สี่ปาดำละ 3-4 ครั้ง
- 3 สี่ปาดำละ 1-2 ครั้ง
- 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง
- 5 นานกว่าเดือนละครั้ง
- 6 ไม่เคยเลย

ข. วิทยุ

- 1 มากกว่าสี่ปีต่อห้วง 4 ครั้ง
- 2 สี่ปีต่อห้วง 3-4 ครั้ง
- 3 สี่ปีต่อห้วง 1-2 ครั้ง
- 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง
- 5 นานกว่าเดือนละครั้ง
- 6 ไม่เคยเลย

ค. หนังสือพิมพ์

- 1 มากกว่าสี่ปีต่อห้วง 4 ครั้ง
- 2 สี่ปีต่อห้วง 3-4 ครั้ง
- 3 สี่ปีต่อห้วง 1-2 ครั้ง
- 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง
- 5 นานกว่าเดือนละครั้ง
- 6 ไม่เคยเลย

ง. นิตยสาร

- 1 มากกว่าสี่ปีต่อห้วง 4 ครั้ง
- 2 สี่ปีต่อห้วง 3-4 ครั้ง
- 3 สี่ปีต่อห้วง 1-2 ครั้ง
- 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง
- 5 นานกว่าเดือนละครั้ง
- 6 ไม่เคยเลย

จ. เพื่อนฝูงญาติมิตรบุคคลที่รู้จัก

- 1 มากกว่าสี่ปีต่อห้วง 4 ครั้ง
- 2 สี่ปีต่อห้วง 3-4 ครั้ง
- 3 สี่ปีต่อห้วง 1-2 ครั้ง
- 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง
- 5 นานกว่าเดือนละครั้ง
- 6 ไม่เคยเลย

จ. อื่น ๆ (ระบุ) _____

_____ 1 มากกว่าสี่ปีต่อละ 4 ครั้ง

_____ 2 สี่ปีต่อละ 3-4 ครั้ง

_____ 3 สี่ปีต่อละ 1-2 ครั้ง

_____ 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง

_____ 5 นานกว่าเดือนละครั้ง

_____ 6 ไม่เคยเลย

2.2.3 ท่านเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากสื่อเฉพาะกิจต่อไปนี้หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1 แผ่นพับ _____ เคย _____ ไม่เคย

2 โปสเตอร์ _____ เคย _____ ไม่เคย

3 การจัดงานนิทรรศการ _____ เคย _____ ไม่เคย

4 อื่น ๆ (ระบุ) _____ เคย _____ ไม่เคย

2.2.4 ท่านเคยได้รับข่าวสารด้านการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากสื่อต่าง ๆ ในข้อ 2.2.3 บ่อยเพียงใด

ก. แผ่นพับ

_____ 1 มากกว่าสี่ปีต่อละ 4 ครั้ง

_____ 2 สี่ปีต่อละ 3-4 ครั้ง

_____ 3 สี่ปีต่อละ 1-2 ครั้ง

_____ 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง

_____ 5 นานกว่าเดือนละครั้ง

_____ 6 ไม่เคยเลย

ข. โปสเตอร์

- 1 มากกว่าสี่ปดาห์ละ 4 ครั้ง
- 2 สี่ปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
- 3 สี่ปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
- 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง
- 5 นานกว่าเดือนละครั้ง
- 6 ไม่เคยเลย

ค. งานนิทรรศการ

- 1 มากกว่าสี่ปดาห์ละ 4 ครั้ง
- 2 สี่ปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
- 3 สี่ปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
- 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง
- 5 นานกว่าเดือนละครั้ง
- 6 ไม่เคยเลย

ง. อื่น ๆ (ระบุ) _____

- 1 มากกว่าสี่ปดาห์ละ 4 ครั้ง
- 2 สี่ปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
- 3 สี่ปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
- 4 เดือนละ 1-2 ครั้ง
- 5 นานกว่าเดือนละครั้ง
- 6 ไม่เคยเลย

2.2.5 ท่านสนใจรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ที่ปรากฏอยู่ตามสื่อต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด

- 1 สนใจมากที่สุด
- 2 สนใจมาก
- 3 สนใจน้อย (เป็นบางครั้ง)
- 4 ไม่สนใจเลย

2.2.6 ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ท่านได้รับส่วนมาก
เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ____ 1 การแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมชนิดใหม่ ๆ
- ____ 2 การบอกถึงประโยชน์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ____ 3 ขบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ____ 4 สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ____ 5 ผลกระทบของการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน
- ____ 6 อื่น ๆ (ระบุ) _____

2.2.7 ปัจจุบันท่านคิดว่ามีสื่อต่าง ๆ ในการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์
เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากน้อยเพียงใด

- ____ 1 มาก
- ____ 2 ปานกลาง
- ____ 3 น้อย

2.2.8 ท่านคิดว่าน่าจะมีการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์-
สิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อใดมากที่สุด บ่อยครั้งเท่าใด เพราะเหตุใด

2.2.9 ท่านคิดว่าการนำเสนอข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
น่าจะเสนอเนื้อหาอย่างไร ในรูปแบบใด (เช่น รูปแบบสารคดี
บันเทิง)

ตอนที่ 3

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
โปรดทำเครื่องหมาย / หรือ X หน้าข้อความต่อไปนี้

- 1. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมค่านึงถึงจุดสำคัญว่าต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะในระหว่างกระบวนการผลิตเท่านั้น
- 2. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต้องได้จากการผลิตที่ใช้วัสดุในประเทศและไม่ผ่านการทดลองกับสัตว์ทุกชนิด
- 3. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมถูกจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่การปลูกจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม
- 4. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทผ้าไม่ฟอกย้อมสามารถป้องกันการเกิดสารพิษชนิดหนึ่ง (ไดออกซิน) ซึ่งเกิดขึ้นขณะที่มีกระบวนการฟอกขาวด้วยสารเคมี และเป็นสาเหตุของการเกิดสารก่อมะเร็งที่มีพิษร้ายแรงต่อร่างกายได้
- 5. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทผ้าไม่ฟอกย้อมสามารถชดเชยปริมาณการใช้น้ำได้ถึง 40,000 ลิตร และลดการใช้พลังงานได้ถึง 140 กิโลวัตต์/ชม. ต่อการย้อมผ้าแต่ละพับ
- 6. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ
- 7. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทอาหารจากธรรมชาติไม่มีคุณค่าทางอาหารเพียงพอเนื่องจากไม่มีการปรุงแต่งสิ่งเสริมสร้างคุณค่าทางอาหารแต่อย่างใด
- 8. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทพลาสติกรีไซเคิลสามารถลดต้นทุนและพลังงานในการผลิตได้ โดยสามารถประหยัดพลังงานได้ถึง 90% จากการผลิตเดิม
- 9. ซีโอไลท์เป็นสารประกอบทางเคมีซึ่งสามารถใช้ผสมกับผงซักฟอก เพื่อลดความกระด้างและสามารถช่วยแก้ไขปัญหามลภาวะทางน้ำได้
- 10. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทหลอดไฟประหยัดพลังงานจะช่วยประหยัดพลังงานได้ถึง 1 ใน 5 ของหลอดไฟที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน แต่อาจให้แสงสว่างไม่เท่ากัน และมีราคาแพงกว่า
- 11. ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเภทสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำมีราคาสูงกว่าสุขภัณฑ์แบบธรรมดา

- 12. ผลกระทบที่บัตรอวยพร ปฏิทิน ไดอารี่ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้านต่างๆ จัดว่าเป็นผลกระทบต่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้เพราะสามารถใช้เป็นสื่อชักชวนให้ร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่ง
- 13. ผลกระทบเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะไม่ใช้บรรจุภัณฑ์มากเกินไปจนความจำเป็น
- 14. ผลกระทบเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต้องเป็นผลกระทบที่ได้จากกระบวนการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษนับตั้งแต่การนำวัตถุดิบออกจากแหล่งธรรมชาติ การขนส่ง การแปรรูป การผลิต และการจำหน่าย
- 15. ผลกระทบเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมถือเป็นแนวทางหนึ่งในการช่วยแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมวิกฤตในปัจจุบัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 เกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
 ให้ท่านทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างต่อไปนี้ ตามที่ท่านมีความคิดเห็นในแต่ละข้อ

ท่านมีความคิดเห็น ต่อเรื่องนี้อย่างไร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมช่วยให้สภาพแวดล้อมดีขึ้น					
2. ผลิตภัณฑ์รีไซเคิลช่วยลดปริมาณขยะเหลือใช้ให้น้อยลง					
3. ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากขึ้น					
4. ผลิตภัณฑ์ผ้าไม่ฟอกย้อมจะช่วยลดปัญหามลพิษทางน้ำได้					
5. ผลิตภัณฑ์สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำจะช่วยในการประหยัดน้ำได้ดี					
6. น้ำมันไร้สารตะกั่วมีส่วนช่วยในการลดปัญหามลพิษทางอากาศได้มาก					

ท่านมีความคิดเห็น ต่อเรื่องนี้อย่างไร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
<p>7. ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีราคาแพงทำให้ไม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย</p> <p>8. ผลิตภัณฑ์รีไซเคิลไม่สะอาดเพียงพอเพราะเป็นของเก่ามาใช้ใหม่</p> <p>9. ผลิตภัณฑ์ผ้าไม่พอกย้อมไม่มีสีสรรสวยงาม</p> <p>10. ผลิตภัณฑ์รีไซเคิลมีคุณภาพไม่ดีพอ</p> <p>11. ผลิตภัณฑ์สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำไม่สามารถชำระล้างสิ่งสกปรกได้ดีพอ</p> <p>12. น้ำมันไร้สารตะกั่วทำให้สภาพเครื่องยนต์เสื่อมสมรรถภาพ</p>					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตอนที่ 5

เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ส่วนที่ 1 ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ มากน้อยเท่าใด
ให้ท่านทำเครื่องหมาย ในแต่ละข้อตามความเป็นจริง

กิจกรรมต่าง ๆ	บ่อยที่สุด	บ่อย	พอสมควร	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
1. ท่านเจาะจงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไม่ฟอกย้อมเพื่อช่วยลดปัญหามลภาวะทางน้ำหรือไม่					
2. ท่านเลือกที่จะนำถุงพลาสติกที่ใช้แล้วมาใช้ซ้ำอีกครั้งเพื่อช่วยลดปริมาณขยะ					
3. ท่านเลือกซื้อแต่เฉพาะอาหารที่ไม่ใส่สารกันบูด					
4. ท่านเลือกซื้อแต่เฉพาะผักที่ไม่ใช้ยาฆ่าแมลงมาใช้ในการประกอบอาหาร					
5. ท่านเจาะจงเลือกซื้อแต่น้ำยาล้างจานที่มีส่วนผสมเพื่อช่วยลดปัญหามลภาวะทางน้ำ					
6. ท่านเจาะจงเลือกซื้อแต่ผงซักฟอกที่มีส่วนผสมของซีโอไลท์เพื่อที่จะช่วยลดปัญหามลภาวะทางน้ำ					
7. รถของท่านเติมน้ำมันไร้สารตะกั่ว					

กิจกรรมต่าง ๆ	บ่อยที่สุด	บ่อย	พอสมควร	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
8. ท่านจะจงเลือกซื้อแต่ผลิตภัณฑ์ชนิดเติม(refill)เพื่อมาเติมในบรรจุภัณฑ์เดิมที่มีอยู่เพื่อช่วยลดปริมาณขยะและประหยัดค่าใช้จ่าย					
9. ท่านจะจงเลือกซื้อเครื่องสำอางค์ที่ใช้สมุนไพร หรือสกัดจากสารธรรมชาติ (หากผู้ตอบเป็นผู้ชายให้กรณีสมมติเลือกซื้อให้ผู้อื่น)					
10. ท่านมีส่วนแนะนำให้กับคุณใกล้เคียงรู้จักกับผลิตภัณฑ์เพื่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมชนิดต่าง ๆ และชักชวนให้บุคคลเหล่านั้นหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม					

ส่วนที่ 2 ท่านได้ทำกิจกรรมเหล่านี้บ้างหรือไม่ในปัจจุบัน หรือหากมีทางเลือกท่านจะทำกิจกรรมเหล่านี้หรือไม่ ให้ทำเครื่องหมาย ตามความคิดเห็นหรือความเป็นจริง

ทำ ไม่ทำ

1. ท่านใช้หลอดไฟประหยัดพลังงานภายในบ้านบ้างหรือไม่
2. หากท่านเลือกได้ท่านจะติดตั้งระบบสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำภายในบ้านหรือไม่
3. หากท่านเลือกได้ท่านจะติดตั้งก๊อกน้ำระบบกดภายในบ้านหรือไม่
4. หากท่านเลือกได้จะติดตั้งระบบทำน้ำร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ในบ้านหรือไม่
5. หากท่านเลือกได้ท่านจะติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียก่อนระบายน้ำทิ้งในบ้านหรือไม่

ประวัติผู้วิจัย

นางสาวพีระนันท์ บุรณะโสภณ เกิดวันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ.2515 ที่
จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาภาษาอังกฤษ
โทวิชาภาษาฝรั่งเศส มหาวิทยาลัยศิลปากร เมื่อ พ.ศ.2535 และเข้าศึกษาต่อใน
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิตศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2536



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย