

## สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในโครงการรวมพลังหารสองในกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสารกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสารกับทักษะคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสารกับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) จากนั้นได้นำข้อมูลเหล่านั้นไปประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสอง ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้การหาค่าความแตกต่าง แบบ t-test, ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ในการวิเคราะห์

### สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

ส่วนที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับต่ำ และระดับสูงตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ทศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานในเชิงบวก รองลงมาคือระดับปานกลาง จากการวิจัยไม่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทศนคติเชิงลบต่อการอนุรักษ์พลังงาน

## ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานในระดับต่ำ รองลงมาคือระดับปานกลาง จากการวิจัยไม่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในระดับสูงต่อการอนุรักษ์พลังงาน

## ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสารทั่ว ๆ ไปและสารการอนุรักษ์พลังงาน

### 4.1 พฤติกรรมการเปิดรับสารทั่ว ๆ ไป

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสารทั่ว ๆ ไปจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อบุคคล นิตยสาร และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ

### 4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสารอนุรักษ์พลังงาน

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสารอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ ไปสเตอร์ นิตยสาร สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ

## ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มนักเรียน/นิสิต นักศึกษา กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มนักรุกิจ และกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตชุมชน แต่ละกลุ่มอาชีพมีจำนวน 100 คน เป็นชาย 50 คน หญิง 50 คน ยกเว้นกลุ่มแม่บ้านที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 15 - 24 ปี ร้อยละ 41.0 รองลงมา มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี ร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 46.0 มีรายได้ไม่น้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 31.0

## 2. การทดสอบสมมติฐาน

### สมมติฐานข้อที่ 1

ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร ตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพในการทำงาน อาชีพ การศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน

1. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ เอกสาร/หนังสือที่รับแจก การพบปะพูดคุยกับผู้อื่น และสื่ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1)

2. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การพบปะพูดคุยกับผู้อื่น และสื่ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1)

แต่ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโปสเตอร์ และเอกสาร/หนังสือที่รับแจกแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1)

3. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การพบปะพูดคุยกับผู้อื่น และสื่ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1)

แต่ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ โปสเตอร์ และเอกสาร/หนังสือที่รับแจกแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1)

4. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1)

แต่ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ นิตยสาร โปสเตอร์ และเอกสาร/หนังสือที่รับแจก การพบปะพูดคุยกับผู้อื่น แตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1)

5. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสาร/หนังสือที่รับแจก การพบปะพูดคุยกับผู้อื่น และสื่ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1)

แต่ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ และโปสเตอร์แตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1)

## สมมติฐานที่ 2

ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร ตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพในการทำงาน อาชีพ การศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า

1. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2)

2. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้ และทศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2)

แต่ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2)

3. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้ และทัศนคติและพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2)

4. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้ และทัศนคติและพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2)

5. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความรู้ และทัศนคติและพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2)

### สมมติฐานข้อที่ 3

พฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน จากการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3)

แต่การเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ เอกสาร/หนังสือที่รับแจก การพบปะพูดคุยกับผู้อื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3)

### สมมติฐานข้อที่ 4

พฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน  
จากการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร โปสเตอร์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4)

แต่การเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ เอกสาร/หนังสือที่รับแจก การพบปะพูดคุยกับผู้อื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4)

### สมมติฐานข้อที่ 5

พฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน จากการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5)

แต่การเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจาก สื่อโทรทัศน์ นิตยสาร ไปสเตอร์ เอกสาร/หนังสือที่รับแจก และการพบปะพูดคุยกับผู้อื่นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5)

### อภิปรายผล

#### สมมติฐานข้อที่ 1

ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร ตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพในการทำงาน อาชีพ การศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า

1.1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสารการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) โดยมีการเปิดรับสื่อทุกชนิดใกล้เคียงกันมีเพียงสื่อวิทยุที่เพศหญิงมีการเปิดรับมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพลิน ศศิธนากรแก้ว เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ การที่ชายและหญิงเปิดรับสารการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อต่าง ๆ ไม่แตกต่างกันอาจเป็นเพราะเรื่องการอนุรักษ์พลังงานเป็นเรื่องใหม่สำหรับประชาชนทั่วไปที่มีใช้นักอนุรักษ์และหรือสื่อต่าง ๆ ที่เสนอสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานยังเสนอในปริมาณน้อยไม่ต่างกัน

1.2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อไปสเตอร์ และเอกสาร/หนังสือที่รับแจกแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 (ตารางที่ 31 - 32) สอดคล้องกับที่ วิลเบอร์ ชรามม์ (Willbur Schramm, 1973) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการทำไปสเตอร์ และเอกสาร/หนังสือ มักจะจัดทำเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารเฉพาะเรื่อง ดังนั้น การที่ผู้รับสารจะเลือกให้ความสนใจต่อไปสเตอร์หรือเอกสาร/หนังสือใด ๆ ก็ตาม ผู้รับสารมักจะประเมินสารประโยชน์ของการได้รับข่าวสารนั้น ๆ ว่าสามารถสนองจุดประสงค์ของตนหรือไม่ ดังนั้นบุคคลต่างวัยย่อมมีจุดสนใจในการรับสารจากไปสเตอร์ต่างกันส่วนการเปิดรับสารจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การพบปะพูดคุยกับผู้อื่น และสื่อ อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) (ตารางที่ 27 -30, 33 - 34) แต่พบว่า กลุ่มอายุ 15 - 24 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ อาจเป็นเพราะว่าผู้มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี ยังจัดอยู่ในวัยเยาวชนคนหนุ่มสาวซึ่งเป็นวัยที่มีความสนใจใคร่รู้ในสิ่งต่าง ๆ มาก โดยเฉพาะบุคคลในวัยรุ่น 15 - 18 ปี เป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็นทุกเรื่องเพื่อเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ชีวิต

1.3 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ โปสเตอร์ เอกสาร/หนังสือที่รับแจกแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) แต่พฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การพบปะพูดคุยกับผู้อื่นเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) ทั้งนี้เพราะพบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มการศึกษาทุกระดับชั้นมีการเปิดรับมากพอ ๆ กัน ส่วนการเปิดรับหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การพบปะพูดคุยกับผู้อื่นก็มีปริมาณน้อยไม่แตกต่างกันจึงทำให้ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อย่างไรก็ตามกลุ่มที่มีการศึกษาระดับการศึกษาได้รับสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแม็คคอมบ์ และมัลลินส์ (McCombs and Mullins 1973) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการใช้สื่อมวลชนและความสนใจทางการเมืองพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้สื่อมวลชน กล่าวคือ ยิ่งมีการศึกษาสูงจะยิ่งเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และงานวิจัยของศิริชัย ศิริกายะ ได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองป็นชนบทพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของระดับการศึกษา อีกทั้งกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับสูงจะมีการเปิดรับสื่อบุคคลในระดับใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 41)

1.4 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ นิตยสาร โปสเตอร์ เอกสาร/หนังสือที่รับแจก การพบปะพูดคุยกับผู้อื่นแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) และพบว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสนใจเปิดรับสื่อโปสเตอร์ และเอกสาร/หนังสือที่รับแจกมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ (ตารางที่ 46 - 47) ทั้งนี้ อาจอธิบายได้ว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาโดยสภาพมีความใกล้ชิดกับสื่อสิ่งพิมพ์หรือมีความสนใจในการค้นคว้า แสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการเรียนอยู่แล้ว บางครั้งต้องอาศัยโปสเตอร์ และสื่อเอกสาร/หนังสือประกอบการทำรายงานหรือการสนใจแผนภาพโปสเตอร์เป็นนิสัยของนักเรียน/นักศึกษาอยู่แล้วสังเกตได้จากการที่นักเรียนวัยรุ่นชอบหาซื้อโปสเตอร์ที่มีภาพสวยงามน่ารัก หรือภาพบุคคลหรือทิวทัศน์ที่ชื่นชอบมาเก็บสะสมไว้ สื่อที่ประชาชนได้รับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานไม่แตกต่างกันคือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวรรณิ โพธิศิริ เรื่องการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานครพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับคู่สมรส เพื่อน เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และอาสาสมัครสาธารณสุข นอกจากนี้ยังพบว่า ทุกกลุ่มอาชีพได้รับสารจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีการเปิดรับอย่างกว้างขวางมาก ดังนั้นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชนทุกกลุ่มอาชีพน่าจะเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ซึ่งเข้าถึงได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม

1.5 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ และโปสเตอร์แตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) แต่พฤติกรรมการเปิดรับสารการอนุรักษ์พลังงานจาก โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสาร/หนังสือที่รับแจก

การพบปะพูดคุยกับผู้อื่น และสื่ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกระดับรายได้มีการเปิดรับสารจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อชนิดอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณิ โพธิศรี เรื่องการเปิดรับสื่อความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร จากเพื่อน และครู นอกจากนี้พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างน้อยมีการเปิดรับสื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ (ตารางที่ 50 - 51) ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสาร/หนังสือที่รับแจกมีการเปิดรับไม่แตกต่างกันไม่ว่าจะมีรายได้หรือมีสถานภาพอื่น ๆ แตกต่างกัน อาจเป็นไปได้ว่า มีการเปิดรับน้อยเหมือน ๆ กัน ความสนใจในการเปิดรับน้อยเหมือน ๆ กันไม่ว่ากลุ่มใด

จากผลการวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครเฉพาะที่มีอายุ สถานภาพในการทำงาน อาชีพ การศึกษา และรายได้แตกต่างกันส่วนใหญ่มีการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน ซึ่งตรงกับแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process) ที่ว่า ข่าวสารที่หลังไหลผ่านเข้าไปยังบุคคลแต่ละคนจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกลงอยู่ตลอดเวลาตามความสนใจของแต่ละกลุ่ม ข่าวสารที่น่าสนใจมีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวที่ก่อให้เกิดความสนใจเปิดรับ ซึ่งจะเห็นได้ว่า การเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานก็เช่นเดียวกัน ผู้รับสารแต่ละคนก็มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จึงมีการเลือกรับหรือเลือกใช้สื่อ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย และเลือกจดจำข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน นอกจากนี้พฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารยังมีองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ดังที่ Willbur Schramm ได้กล่าวไว้ เช่น ประสบการณ์ ภูมิหลัง สภาพแวดล้อม การศึกษา ความสามารถในการรับสาร อารมณ์ และทัศนคติ เป็นต้น

## สมมติฐานที่ 2

ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร ตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพในการทำงาน อาชีพ การศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า

1.1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมี ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2)

1.2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้ และทักษะคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2)

แต่ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2) เฉพาะกลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่าจะมีความรู้ และ

พฤติกรรมในการอนุรักษ์พลังงานมากกว่ากลุ่มคนที่มีอายุมาก แสดงว่า กลุ่มคนหนุ่มสาวมีการเปิดรับสารแล้วเกิดความรู้ในเรื่องนั้น ซึ่งได้นำไปปฏิบัติด้วย (ตารางที่ 60, 62)

1.3 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้ และทัศนคติและพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2) นอกจากนี้พบว่า ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อความรู้เรื่องการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งเป็นความจริงที่ว่า คนที่มีระดับการศึกษาสูงย่อมมีการเปิดรับข้อมูลมาก มีวิจรรย์ญาณหรือการพิจารณาเหตุผลที่อิงต่อข้อมูลข่าวสาร และความรู้ในเรื่องอื่น ๆ ที่มีมากอยู่แล้ว อีกทั้ง คนที่มีการศึกษาระดับสูงก็ยังมีทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานที่ถูกต้องกว่า (ตารางที่ 63 - 64)

1.4 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้ และทัศนคติและพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2) จากการวิจัยพบว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการศึกษา และกลุ่มนักธุรกิจซึ่งมีสถานภาพทางสังคมสูงมีความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์พลังงานสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อีกทั้งมีทัศนคติที่ถูกต้องกว่าด้วย (ตารางที่ 65 - 66) กลุ่มนักธุรกิจส่วนใหญ่มีธุรกิจที่ต้องเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์พลังงานอยู่แล้ว แต่ในด้านพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตชุมชนกลับมีการอนุรักษ์พลังงานมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของโรเจอร์สเกี่ยวกับช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ และอาจสนับสนุนได้ว่า กลุ่มผู้ใช้แรงงานมักเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ การรู้จักการอนุรักษ์พลังงานย่อมเป็นผลดีต่อการประหยัดค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งด้วย ซึ่งข้อมูลที่พบสอดคล้องกับข้อมูลในตารางที่ 71 คือ กลุ่มผู้มีรายได้น้อยมีการอนุรักษ์พลังงานมาก

1.5 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความรู้ และทัศนคติและพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2) จากการวิจัยพบว่า กลุ่มที่มีระดับรายได้ปานกลาง - สูงมีความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานสูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อย (ตารางที่ 69 - 70) แต่ในแง่ของพฤติกรรมนั้น กลุ่มที่มีรายได้น้อยมีการอนุรักษ์พลังงานมากกว่า (ตารางที่ 71)

จากผลการวิจัยทั้งหมดพบว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานที่เกิดขึ้นจะแปรผันไปตามความแตกต่างของลักษณะทางประชากร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลของ เมลวิน แอล เดอเฟลอร์ (DeFluer, 1966) ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยเกี่ยวกับด้านบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากทางการสื่อสาร การตัดสินใจเลือกรับข่าวสารอาจมีสาเหตุมาจากที่บุคคลนั้น ๆ มีสิ่งสะสมอยู่ในตัวของบุคคลมาตั้งแต่เกิด (Predisposition) แตกต่างกัน ดังที่ได้อภิปรายแล้วในเบื้องต้น



### สมมุติฐานที่ 3

พฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนใน กรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ วิชิตู หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ เอกสาร/หนังสือที่รับแจก และการพบปะพูดคุยกับผู้อื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน (ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3) (ตารางที่ 72) มีเพียงสื่อวิทยุเพียงสื่อเดียวที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกแต่เป็นความสัมพันธ์ที่น้อยมากกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานแต่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 ทั้งนี้ สาเหตุที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารไม่สัมพันธ์กับความรู้ เนื่องมาจากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสารด้านการอนุรักษ์พลังงานมีปริมาณอยู่ที่ระดับปานกลาง อีกทั้งมีการเผยแพร่ผ่านสื่อหลายประเภท (ตารางที่ 8 - 9) ดังนั้น จึงเป็นไปได้ที่อาจจะทำให้มีการเปิดรับสารในปริมาณที่สูง แต่ขาดความสนใจเท่าที่ควร ทำให้ไม่ก่อให้เกิดความรู้มากเท่าที่ควร เพราะขาดความสนใจที่จะทำความเข้าใจในเนื้อหาเพื่อให้เกิดความรู้ นอกจากนี้ จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้หรือความเข้าใจด้านการอนุรักษ์พลังงานของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 82.0 (ตารางที่ 11) ในขณะที่เนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานมีการเผยแพร่ผ่านสื่อหลายประเภท แต่จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับสารหรือเข้าร่วมกิจกรรมในระดับปานกลาง - ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 12) จึงทำให้ผลการวิจัยออกมาว่า พฤติกรรมการเปิดรับสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ที่ตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลดาวัลย์ พอใจ ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า สื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และแนวคิดของสื่อมวลชน (อ้างในปรมะ สตะเวทิน, 2533) ที่สรุปได้ว่า สื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อประชาชน แต่เป็นเพียงผู้สนับสนุนความคิดเห็น ทศนคติ หรือทำที่ตั้งเดิมเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากสื่อมวลชนเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงระดับความรู้จึงไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน แต่จะเกิดเพราะผู้รับข่าวสารมีความสนใจที่จะแสวงหาความรู้หรือข่าวสารนั้น ๆ อยู่แล้ว

### สมมุติฐานข้อที่ 4

พฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร ไปสเตอร์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกแต่เป็นความสัมพันธ์ที่น้อยมากกับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน (เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 4) (ตารางที่ 73) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงทิพย์ วรพันธ์ เรื่องกลยุทธ์การใช้

สื่อการปลูกฝังโภชนาการในสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ พบว่าสตรีที่เปิดรับข่าวสารด้านโภชนาการจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีทัศนคติดีกว่าสตรีที่ไม่เปิดรับสื่อดังกล่าว และงานวิจัยของต้องฤดี ปุณณกันต์ เรื่องการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ประชาชน อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน ทั้งนี้ ลักษณะการนำเสนอของสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร และโปสเตอร์จะมีความโดดเด่นในด้านภาพที่มีความสวยงามสะดุดตา มีลีลาในการนำเสนอได้หลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ที่มีลักษณะเด่นคือ มีทั้งภาพและเสียงซึ่งมีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจให้ยอมรับความรู้สึกคล้ายตามได้โดยง่าย

ส่วนการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ เอกสาร/หนังสือที่รับแจก และการพบปะพูดคุยกับผู้อื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการที่บุคคลจะเกิดทัศนคติต่อสิ่งใด องค์ประกอบของแหล่งสารก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดทัศนคติทั้งในด้านบวกและด้านลบได้ เช่น ความสามารถของผู้ส่งสาร ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากกว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ นอกจากนี้ องค์ประกอบอื่นๆ เช่น เนื้อหาข่าวสาร ภาษา ตลอดจนตัวผู้รับเอง ทักษะในการสื่อ ความหมาย ความรู้ระบบสังคมก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ และแนวคิดของซิมบาโด (Zimbardo, 1991) ที่ว่า เมื่อการเสนอข่าวสารอย่างต่อเนื่องจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ ซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในที่สุด นอกจากนี้ ทางด้านสื่อมวลชนนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ อาจเป็นเพราะว่าองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่เป็นปัจจัยในการก่อให้เกิดทัศนคติในด้านลบและด้านบวก คือ แหล่งข่าวสารนั่นเอง โดยที่นักสังคมศาสตร์หลายท่านได้ให้แนวคิดไว้ว่า ทัศนคติที่ผู้รับมีต่อผู้ส่งสาร จะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย บางคำถามที่ว่า "ใครเป็นคนพูด" มีความสำคัญพอ ๆ กับคำตอบว่า "พูดว่าอะไร" นอกจากสื่อบุคคลแล้ว สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจบางชนิดที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติอาจเนื่องจากปัจจัยทางด้านเนื้อหาข่าวสารซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน (อ้างใน เสถียร เขยประทับ, 2528) ที่กล่าวว่า หากสารที่อยู่ในสื่อมวลชนที่ไม่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชน ประชาชนนั้น ๆ ก็จะไม่สนใจสื่อเหล่านั้น ๆ ทำให้ไม่เกิดความรู้ อันจะนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดี และมีการเกิดพฤติกรรมในที่สุด ตามแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers) ที่กล่าวว่า "เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็จะเกิดความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ และความรู้ความเข้าใจจะทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ตามมา"

#### สมมติฐานข้อที่ 5

พฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่น้อยมากกับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5) (ตารางที่ 74) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงทิพย์ วรพันธ์ เรื่องกลยุทธ์การใช้สื่อการปลูกฝังโภชนาการ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ มีทัศนคติดีกว่าสตรีที่ไม่เปิดรับสื่อดังกล่าว และงานวิจัยของต้องฤดี ปุณณกันต์ เรื่องการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน

ส่วนการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร ไปสเดอ์ เอกสาร/หนังสือที่รับแจก และการพบปะพูดคุยกับผู้อื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการที่บุคคลจะเกิดทัศนคติต่อสิ่งใด องค์ประกอบของแหล่งสารก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดทัศนคติทั้งในด้านบวกและด้านลบได้ เช่น ความสามารถของผู้ส่งสาร ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากกว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ นอกจากนี้ องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น เนื้อหาข่าวสาร ภาษา ตลอดจนตัวผู้รับเอง ทักษะในการสื่อ ความหมาย ความรู้ระบบสังคมก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

จากผลการวิจัยทั้งหมด แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานไปเผยแพร่ให้แก่ประชาชนได้รับทราบและก่อให้เกิดทัศนคติที่อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในอนาคตได้ ซึ่งถือว่าทัศนคติเป็นตัวแปรหลัก และถ้ามองถึงความสัมพันธ์ของตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ตามทฤษฎี KAP ที่กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังนั้น การที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อนโดยให้ความรู้ อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นไม่จำเป็นที่จะต้องสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันเสมอไป ลักษณะเช่นนี้ โรเจอร์ส (Rogers 1971: 288-289) เรียกว่า ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ หรือ KAP-GAP กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้วนั้น แต่ในขั้นยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงข้ามได้ ถึงแม้ว่าส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติเช่นไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้ และทัศนคติที่มีอยู่นั้น ซึ่งในลักษณะความสัมพันธ์เช่นนี้ จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปในทุกกรณี ซึ่งโรเจอร์สก็ได้แนะนำว่าควรใช้สื่อบุคคลเข้าไปติดต่อกับสมาชิกในสังคมเพื่อโน้มน้าวใจให้สมาชิกเกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความรู้เรื่องการอนุรักษ์พลังงานในระดับปานกลาง มีทัศนคติในเชิงบวก ในขณะที่พฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับต่ำ

ซึ่งอาจต้องใช้เวลาานกว่าที่ประชาชนจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงาน เพราะการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่มีความเคยชินปฏิบัติสืบเนื่องมายาวนาน การเปลี่ยนแปลงจะทำได้ยาก และพฤติกรรมที่ปฏิบัติอย่างผิด ๆ มาตลอดเป็นเครื่องแสดงอย่างชัดเจนว่า ประชาชนยังขาดความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน และยังพบว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้และก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์พลังงาน

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวคิดให้กับภาครัฐในการวางแผน ปรับปรุง และส่งเสริมแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์พลังงานให้สอดคล้อง และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรของประชาชน มีอิทธิพลต่อการเปิดรับสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน ดังนั้นการเผยแพร่สารในเรื่องนี้ ควรคำนึงถึง อายุ สถานภาพในการทำงาน อาชีพ การศึกษา และรายได้ของกลุ่มเป้าหมายด้วย โดยเลือกสรรสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับลักษณะทางประชากรของประชาชน และมีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายทั้งที่ผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ อย่างไรก็ตาม ควรเน้นการสื่อสารการอนุรักษ์พลังงานผ่านสื่อโทรทัศน์ให้มาก เนื่องจากประชาชนไม่ว่าเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ได้ระดับใดล้วนแต่เปิดรับโทรทัศน์ในระดับสูงทั้งสิ้น
2. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความรู้ของประชาชนส่วนใหญ่เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ควรมีการเพิ่มระดับความรู้ให้สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นความรู้ที่ประชาชนยังมีน้อยอยู่ ได้แก่ประเด็น 1. หากไม่มีการอนุรักษ์พลังงานจะเกิดอะไรขึ้น 2. อุปกรณ์ใดมีการใช้พลังงานสูงสุด ถ้าเปิดใช้ในเวลาเท่ากันโดยมีวิธีการหรือกลยุทธ์ในการสื่อสารอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น
3. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์พลังงาน ดังนั้นในการรักษาระดับทัศนคติให้ดีอยู่เสมอ ควรมีการสื่อสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง เพื่อตอกย้ำ และเตือนความทรงจำอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นทัศนคติที่ประชาชนยังไม่แน่ใจว่าเป็นการอนุรักษ์พลังงานหรือไม่ อาทิ 1. การสร้างโรงไฟฟ้าจะทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 2. การออกกฎระเบียบอย่างเข้มงวดเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานแก่อาคารจะทำให้ค่าไฟฟ้าลดลง 3. เมื่อปริมาณการใช้ไฟฟ้าสูงขึ้น เชื่อว่าทำให้พื้นที่ป่าไม้ลดลง 4. รัฐบาลจะต้องจัดหาพลังงานและบริการอื่น ๆ ให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนโดยไม่มีข้อแม้ใด ๆ ผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ และโปสเตอร์ โดยจัดทำตามความสนใจของแต่ละกลุ่ม
4. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมของประชาชนส่วนใหญ่เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้น ควรมีการเผยแพร่สารเกี่ยวกับประโยชน์ที่เกิดจากการอนุรักษ์พลังงานให้มากยิ่งขึ้น

ขึ้น รวมถึงพฤติกรรมที่ประชาชนปฏิบัติอยู่เป็นประจำซึ่งเป็นการเผาผลาญพลังงาน และควรมีการนำเสนอวิธีปฏิบัติที่เป็นทางเลือกในการใช้พลังงานสิ้นเปลือง เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเห็นความสำคัญ และชี้ให้เห็นทางออกที่ประชาชนสามารถปฏิบัติได้ของการอนุรักษ์พลังงาน การอนุรักษ์พลังงานที่ควรส่งเสริมให้มีการปฏิบัติให้ถูกต้อง ได้แก่ 1. การใช้ทิชชูเป็นประจำ เพราะสะดวกใช้แล้วทิ้งเลย 2. การขับรถในอัตราความเร็วมากกว่า 60 - 80 กม./ชม. 3. การเปิดโทรทัศน์ทิ้งไว้เพื่อให้มีเสียงเป็นเพื่อนแล้วไปทำกิจกรรมอื่นเสร็จแล้วจึงกลับมาดูใหม่ 4. การไม่ใช้ถุงผ้าหรือตะกร้าใส่ของ เมื่อไปซื้อของ

5. โครงการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานในชีวิตประจำวันของประชาชนพิจารณาได้ว่าเป็นเรื่องใหม่ เนื่องจาก เดิมมีแต่การรณรงค์ให้อุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปไม่ได้เน้นเรื่องการประหยัดพลังงานในชีวิตประจำวัน ดังนั้น การเผยแพร่สารผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมสอดคล้องกับสายที่ได้เผยแพร่ จะต้องดำเนินการกระตุ้น และตอกย้ำความทรงจำเสมอ เพื่อให้ปริมาณของสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานมีมากเพียงพอที่ประชาชนจะเกิดความตระหนัก มีจิตสำนึกและเห็นคุณค่าของประโยชน์ที่สังคมส่วนรวมจะได้รับจากการอนุรักษ์พลังงาน
6. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับปานกลาง ทัศนคติในเชิงบวก แต่มีพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานต่ำ ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงควรมีการเลือกใช้สื่ออื่น ๆ เพื่อให้เข้าถึงและเจาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน อีกทั้ง การโน้มน้าวใจประชาชนซึ่งเป็นผู้ใหญ่เป็นเรื่องที่มีความยากมากกว่าการโน้มน้าวใจเด็ก จึงควรมีการปลูกฝังความคิดในรูปแบบอื่น ๆ อาทิ การจัดกิจกรรมของเยาวชนทั้งในและนอกโรงเรียน นิทรรศการตามศูนย์การค้า และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เยาวชนสนใจ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองระยะต่อไป จะมีการจัดแบ่งการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ และกิจกรรมในรูปแบบที่แตกต่างออกไป เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม ฉะนั้น ควรมีการศึกษาในเรื่องเดียวกัน กับกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยที่เหมาะสม อาทิ การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ประชาชนขณะที่เข้าชมงาน การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มสื่อมวลชนที่เผยแพร่สาร
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยตัวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสามารถส่งผลถึงพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน นอกเหนือจากการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ โดยให้ศึกษาถึงตัวแปร ความพึงพอใจในข่าวสารการอนุรักษ์พลังงาน ความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน และปัจจัยทางการสื่อสาร ว่ามีผลโดยตรงต่อประชาชนในการอนุรักษ์พลังงานมากน้อยแค่ไหน