

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความรู้ ทักษะคิ แนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยแบบปริมาณ (Quantitative) การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยรับทราบโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ เท่านั้น จำนวนทั้งสิ้น 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นจำนวนร้อยละ (Percent) ตารางแจกแจง (Frequencies) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ การทดสอบค่า t-test และ ANOVA การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วง 18-26 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพเป็นนักเรียน /นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน ในจำนวนเท่ากัน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

ความรู้เกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ของกลุ่มตัวอย่าง ในประเด็นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ พบว่า

- กิจกรรมรณรงค์ “ปิดไฟ 15 นาที เพื่อกรุงเทพฯ ของเรา” เปิดรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ โปสเตอร์ แผ่นพับ อันดับ 3 คือ ป้ายประกาศ
- กิจกรรมรณรงค์ “เปลี่ยนหลอดไส้เป็นหลอดตะเกียบ” เปิดรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ โปสเตอร์ แผ่นพับ อันดับ 3 คือ ป้ายประกาศ
- กิจกรรมรณรงค์ “ไม่ขับช่วยดับเครื่อง” เปิดรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ โปสเตอร์ แผ่นพับ อันดับ 3 คือ ป้ายรณรงค์ วางบริเวณฝากระโปรงรถ ขณะเติมน้ำมัน
- กิจกรรมรณรงค์ “ปลุกต้นไม้สร้างสมดุล” เปิดรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ โปสเตอร์ แผ่นพับ อันดับ 3 คือ ต้นกล้าพันธุ์ไม้

- กิจกรรมรณรงค์ “ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก” เปิดรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ โปสเตอร์ แผ่นพับ อันดับ 3 คือ ป้ายประกาศ

- กิจกรรมรณรงค์ “ลดขยะลดโลกร้อน” เปิดรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน รองลงมาคือ โปสเตอร์ แผ่นพับ อันดับ 3 คือ ป้ายประกาศ

ในประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ในระดับมาก โดยมีความรู้ในเรื่องช่วยกันถอดปลั๊กไฟ หลังการใช้งาน ถูกต้องมากที่สุด

ในด้านทัศนคติเกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติโดยรวมเกี่ยวกับโครงการฯ ในระดับเห็นด้วยอย่าง โดยที่ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อเรื่องสภาวะโลกร้อนเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวมากที่สุด

ในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ในระดับมาก มากที่สุด โดยที่ กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการฯ ในเรื่องท่านปลุกต้นไม้ภายในบริเวณบ้าน เพื่อความร่มรื่น มากที่สุด

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการฯแตกต่างกัน จะมีทัศนคติในเรื่องสภาวะโลกร้อนเป็นเรื่องใกล้ตัว ผลจากการจัดกิจกรรม หยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ทำให้ท่านเข้าใจภาวะโลกร้อนดีขึ้น ท่านยอมรับคำแนะนำของโครงการเพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน ท่านคิดจะปฏิบัติตามคำแนะนำของโครงการ ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการฯแตกต่างกัน จะมีทัศนคติในเรื่อง การปฏิบัติตามคำแนะนำของโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ช่วยลดสภาวะโลกร้อนได้ และ โครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ มีการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป แตกต่างกัน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเกี่ยวกับโครงการฯ ในเรื่อง สภาวะโลกร้อนเป็นเรื่องใกล้ตัว ผลจากการจัดกิจกรรม หยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ทำให้ท่านเข้าใจภาวะโลกร้อนดีขึ้น ท่านยอมรับคำแนะนำของโครงการเพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเกี่ยวกับโครงการฯ ในเรื่อง ท่านคิดจะปฏิบัติตามคำแนะนำของโครงการ การปฏิบัติตามคำแนะนำของโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ช่วยลดสภาวะโลกร้อนได้ โครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ มีการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาคั้งนี้มีข้อเสนอบางประการ คือ ควรให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ มากขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้เกี่ยวกับโครงการ และการลดสภาวะโลกร้อน จนเกิดการยอมรับและเกิดทัศนคติที่ดีและได้รับความร่วมมือในการลดสภาวะโลกร้อน เพิ่มการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ โดยเฉพาะสื่อมวลชนและสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิเช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก รวมถึงการให้ความรู้แก่ประชาชนในประเด็นที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้มากนัก จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ในหลาย ๆ ประเด็น เช่น ความรู้ในเรื่องอัตราเร็วไม่เกิน 70 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เพื่อประหยัดน้ำมัน 20% หรือ ความรู้ในเรื่องการดับเครื่องยนต์ 5 นาที เพื่อประหยัดน้ำมัน 0.1 ลิตร/ คั้ง

สำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษาคั้งต่อไป คือ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ เพราะการรณรงค์เรื่องสภาวะโลกร้อนควรจะมีการศึกษาในวงกว้าง ควรมีการศึกษาว่าสื่อใดที่ใช้ในการรณรงค์ทางการสื่อสาร แล้วมีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารโครงการฯ มากที่สุด และที่สำคัญควรมีการติดตามและประเมินผลการรณรงค์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์ในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการได้อย่างถูกต้อง