

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน โลกกำลังเผชิญหน้าอยู่กับภาวะโลกร้อน หรือ Global Warming ซึ่งถือเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่หนักหน่วงที่สุดในขณะนี้ การเปลี่ยนแปลงของสภาวะภูมิอากาศ เป็นผลมาจากการที่มนุษย์ปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวนมาก ทำให้มีปริมาณก๊าซเรือนกระจกสะสมในชั้นบรรยากาศมากเกินกว่าที่เคยเกิดในกระบวนการตามธรรมชาติ ก๊าซเรือนกระจกจึงปล่อยรังสีความร้อนกลับมายังโลกมากขึ้น ส่งผลให้อุณหภูมิของโลกสูงขึ้น ผลของโลกร้อนที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติต่าง ๆ อาทิ พายุที่รุนแรงขึ้น น้ำท่วมใหญ่ ความแห้งแล้ง คลื่นความร้อน สัตว์ป่าล้มตาย และหลายสปีชีส์ใกล้สูญพันธุ์¹ ในส่วนของประเทศไทยก็ได้รับผลกระทบจากภาวะโลกร้อนนี้เช่นกัน เห็นได้จาก พ.ศ. 2522 เกิดปรากฏการณ์ปะการังฟอกขาวครั้งแรกในประเทศไทย พ.ศ. 2548 เกิดภัยแล้งครั้งใหญ่ทำให้ชาวบ้านเดือดร้อนมากกว่า 11 ล้านคน พื้นที่การเกษตรเสียหายกว่า 14 ล้านไร่ พ.ศ. 2549 มีโคลนถล่มและเกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ทาง 5 จังหวัดภาคเหนือ ทำให้เกิดความเสียหายขั้นต่ำ 1,300 ล้านบาท² ดังนั้นหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน จึงได้เร่งรับมือกับภาวะวิกฤตนี้ โดยเฉพาะในส่วนของกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นเมืองหลวง ที่มีประชากรมากกว่า 10 ล้านคน ในแต่ละวันจะมีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกมาเป็นจำนวน 60,000 ตันต่อวัน ปริมาณขยะมูลฝอยประมาณ 8,500 ตันต่อวัน ปริมาณน้ำเสียประมาณ 2.4 ล้านลบ.ม.³ จะเห็นได้ว่าต้นเหตุของภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้นในประเทศไทยนั้นมาจากการใช้พลังงานของคนกรุงเทพมหานคร ทำให้อุณหภูมิกรุงเทพมหานครสูงกว่านอกเมือง 2 องศาเซลเซียส

¹ บัณฑิต คงอินทร์, รุก-รับ “โลกร้อน” ก่อนโลกหายนะ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน, 2550), น. 10.

² จูตินันท์ ศรีสถิต, โลกร้อน ทุกสิ่งที่เราทำ เปลี่ยนแปลงโลกเสมอ, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2550) น. 14-15.

³ กรุงเทพมหานคร, “แผนปฏิบัติการว่าด้วยการลดปัญหาภาวะโลกร้อนของกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550-2555,” วารสารสำนักสิ่งแวดล้อม (พฤษภาคม-สิงหาคม 2550):6.

ดังนั้นกรุงเทพมหานครจึงเป็นผู้นำสำคัญในการทำการรณรงค์ให้ประชาชนในเมืองหลวง รับรู้ถึงภัยอันตรายที่กำลังคืบคลานเข้ามา โดยได้มีการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน โดยขอความร่วมมือจากประชาชนทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่องและจริงจัง เพื่อเป็นการสร้างกระแสและปลูกจิตสำนึกต่อสถานการณ์นี้ มีวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ลดภาวะโลกร้อนดังนี้

1. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้ประชาชนได้ทราบว่า “ภาวะโลกร้อน” ไม่ใช่เรื่องไกลตัว แต่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของทุกคนและภัยพิบัติที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2. เพื่อสร้างความตระหนักให้ทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในกรุงเทพฯ ร่วมกันรณรงค์ลดวิกฤตโลกร้อน โดยเริ่มต้นจากกรุงเทพฯ ในฐานะที่เป็นเมืองหลวง และเป็นศูนย์กลางในการใช้พลังงานทุกด้าน

3. เพื่อสร้างกระแสการมีส่วนร่วมในการลดใช้พลังงานด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ที่ส่งผลให้เกิดภาวะเรือนกระจก และรณรงค์ให้ประชาชนเกิดความสำนึก เพื่อช่วยกันลดภาวะโลกร้อนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

4. เพื่อให้ประชาชนในกรุงเทพฯ เป็นแกนนำในการรณรงค์และกระจายการดำเนินการไปยังจังหวัดต่าง ๆ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อน

กรุงเทพมหานคร โดยมีสำนักสิ่งแวดล้อม เป็นผู้จัดกิจกรรมเพื่อรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน ภายใต้โครงการ “หยุดเพิ่มความร้อนใส่กรุงเทพฯ ” กิจกรรมรณรงค์ที่จัดขึ้นในปี พ.ศ. 2550 มีทั้งหมด 6 โครงการ โดยจัดในวันที่ 9 ของทุกเดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม 2550 จนถึง วันที่ 9 ตุลาคม 2550 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1
แสดงรายชื่อกิจกรรมรณรงค์ ภายใต้โครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ
ในปี พ.ศ. 2550

ระยะเวลาจัดกิจกรรม	กิจกรรมรณรงค์
9 พฤษภาคม 2550	ปิดไฟ 15 นาที เพื่อกรุงเทพฯ ของเรา
9 มิถุนายน 2550	เปลี่ยนหลอดไส้ เป็นหลอดตะเกียบ
9 กรกฎาคม 2550	ไม่ซับ ช่วยดับเครื่อง
9 สิงหาคม 2550	ปลุกต้นไม้ สร้างสมดุล
9 กันยายน 2550	ใช้ถุงผ้า แทนถุงพลาสติก ช่วยลดวิกฤตโลกร้อน
9 ตุลาคม 2550	ลดขยะ ลดโลกร้อน

ที่มา: กรุงเทพมหานคร, “แผนปฏิบัติการว่าด้วยการลดปัญหาภาวะโลกร้อนของกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550-2555,” วารสารสำนักสิ่งแวดล้อม (พฤษภาคม-สิงหาคม 2550):6.

การจัดกิจกรรมแต่ละเดือนมีความแตกต่างในการรณรงค์ โดยอาศัยเทคนิคและวิธีการในการนำเสนอแตกต่างกัน แต่มีจุดมุ่งหมายในการรณรงค์เพื่อลดปัญหาภาวะโลกร้อน โดยอาศัยช่องทางในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ใช้สื่อมวลชนในการสร้างการรับรู้ คือ การถ่ายทอดสดภาพการปิดไฟจากถนนเส้นหลัก 5 สาย ได้แก่ ถนนเยาวราช ถนนรัชดาภิเษก ถนนสีลม ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ และถนนข้าวสาร ซึ่งถือได้ว่าเป็นถนนเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ คือ โปสเตอร์และแผ่นพับโครงการ ป้ายประกาศ บอร์ดกิจกรรม และวารสารสำนักสิ่งแวดล้อม เว็บไซต์กรุงเทพมหานคร พนักงานของกรุงเทพมหานคร เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ ในกิจกรรมวันที่ 9 พฤษภาคม 2550 “ปิดไฟ 15 นาที เพื่อกรุงเทพฯ ของเรา” ซึ่งเป็นโครงการรณรงค์ให้ประชาชนช่วยกันปิดไฟเป็นเวลา 15 นาที ซึ่งจะสามารถลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าได้ถึง 30% การจัดกิจกรรมในครั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นถึงพลังและการมีส่วนร่วมของชาวกรุงเทพฯ เป็นจุดเริ่มต้นของความร่วมมือในกิจกรรมในครั้งต่อไป

2. ใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ คือ โปสเตอร์และแผ่นพับโครงการ ป้ายประกาศ บอร์ดกิจกรรม และวารสารสำนักสิ่งแวดล้อม เว็บไซต์กรุงเทพมหานคร พนักงานของกรุงเทพมหานคร ไปยังตลาดต่าง ๆ เริ่มต้นจากตลาดประชานิเวศน์ และปากคลองตลาด ในกิจกรรมวันที่ 9 มิถุนายน

2550 “เปลี่ยนหลอดไส้ เป็นหลอดตะเกียบ” เนื่องจากหลอดตะเกียบนั้นสามารถช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าได้ถึง 80%

3. ใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ คือ โปสเตอร์และแผ่นพับโครงการ ป้ายประกาศ บอร์ดกิจกรรม และวารสารสำนักสิ่งแวดล้อม เว็บไซต์กรุงเทพมหานคร พนักงานของกรุงเทพมหานคร และสื่อเฉพาะกิจคือ แทนวางแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เมื่อเติมน้ำมัน และสื่อยึดโครงการ ในการประชาสัมพันธ์โครงการในกิจกรรมวันที่ 9 กรกฎาคม 2550 “ไม่ขับ ช่วยดับเครื่อง” เป็นการรณรงค์ให้ประชาชนช่วยดับเครื่องยนต์ทุกครั้งที่เติมน้ำมัน หรือจอดรถ ซึ่งกรุงเทพมหานครได้ร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมัน ปตท. 50 เขตทั่วกรุงเทพฯ ติดตั้งแทนวางแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์โครงการ หากรถยนต์ทุกคันดับเครื่องยนต์ 5 นาที จะสามารถลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 715 ตัน/วัน ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ถึง 5,621 ล้านบาท/ปี

4. ใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ คือ โปสเตอร์และแผ่นพับโครงการ ป้ายประกาศ บอร์ดกิจกรรม และวารสารสำนักสิ่งแวดล้อม เว็บไซต์กรุงเทพมหานคร พนักงานของกรุงเทพมหานคร และสื่อเฉพาะกิจคือ การแจกต้นไม้ จำนวน 500,000 ต้น เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ในกิจกรรมวันที่ 9 สิงหาคม 2550 “ปลูกต้นไม้ สร้างสมดุล”

5. ใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ คือ โปสเตอร์และแผ่นพับโครงการ ป้ายประกาศ บอร์ดกิจกรรม และวารสารสำนักสิ่งแวดล้อม เว็บไซต์กรุงเทพมหานคร พนักงานของกรุงเทพมหานคร และสื่อเฉพาะกิจคือ แจกถุงผ้า จำนวน 30,000 ใบ ในกิจกรรมวันที่ 9 กันยายน 2550 “ใช้ถุงผ้า แทนถุงพลาสติก”

6) ใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ คือ โปสเตอร์และแผ่นพับโครงการ ป้ายประกาศ บอร์ดกิจกรรม และวารสารสำนักสิ่งแวดล้อม เว็บไซต์กรุงเทพมหานคร พนักงานของกรุงเทพมหานคร และสื่อเฉพาะกิจคือ การติดตั้งจุด Drop Off ที่ศูนย์การค้าทั่วกรุงเทพฯ จำนวน 119 แห่ง ด้วยการตั้งวางถังรองรับขยะแบ่งประเภทของขยะรีไซเคิล (5 ประเภท ได้แก่ แก้ว โลหะ กระดาษ พลาสติก และกล่องนมหรือกล่องอื่น ๆ) เพื่อรับบริจาคขยะจากประชาชนและนำรายได้จากการจำหน่ายมอบให้มูลนิธิพัฒนา เป็นสื่อ ในกิจกรรมวันที่ 9 ตุลาคม 2550 กิจกรรมรณรงค์ “ลดปริมาณขยะ”

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะคติ แนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ หยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความรู้ ทักษะคติ และแนวโน้มพฤติกรรมอย่างไรต่อโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ มหานคร ซึ่งผลการศึกษาที่ได้รับนี้จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุง และเป็นแนวทางในการพัฒนาประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปัญหานำการศึกษา

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความรู้เกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ มากน้อยเพียงใด
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติต่อโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ อย่างไร
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ มากน้อยเพียงใด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการ หยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการ หยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ หยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ

สมมติฐานการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ แตกต่างกัน
2. ความรู้ที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ที่แตกต่างกัน
3. ทัศนคติที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ที่แตกต่างกัน

ขอบเขตในการศึกษา

ขอบเขตในการศึกษาเรื่อง ความรู้ ทักษะและแนวโน้มพฤติกรรม การเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ เป็นการศึกษา กลุ่มตัวอย่างเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยรับทราบโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ เท่านั้น โดยศึกษาระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2551

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

โครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ หมายถึง การทำกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์โครงการ ของกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ มีทัศนคติที่ดีต่อโครงการ และมีแนวโน้มในการร่วมรณรงค์สภาวะโลกร้อน

ความรู้ที่มีต่อโครงการ หมายถึง ความสามารถของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในการรู้จัก โครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ลดการใช้ไฟฟ้า เปลี่ยนหลอดไส้เป็นหลอดตะเกียบ ตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศที่ 25 องศาเซลเซียส ถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิดหลังการใช้งาน ปลุกต้นไม้ยืนต้น แยก ลดปริมาณขยะ ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก หลีกเลี่ยงการใช้รถยนต์ ดับเครื่องยนต์เมื่อจอดรอนาน บริโภคของที่ผลิตในประเทศ โดยให้ความรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ คือ โปสเตอร์และแผ่นพับโครงการ ป้ายประกาศ บอร์ดกิจกรรม และวารสารสำนักสิ่งแวดล้อม เว็บไซต์กรุงเทพมหานคร พนักงานของกรุงเทพมหานคร และสื่อเฉพาะกิจ

ทัศนคติที่มีต่อโครงการ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อโครงการ ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง สภาวะโลกร้อนเป็นเรื่องใกล้ตัว ผลจากการจัดกิจกรรม หยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ทำให้ท่านเข้าใจภาวะโลกร้อนดีขึ้น ท่านยอมรับคำแนะนำของโครงการ เพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน ท่านคิดจะปฏิบัติตามคำแนะนำของโครงการ การปฏิบัติตามคำแนะนำของโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ช่วยลดสภาวะโลกร้อนได้ และ โครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ มีการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป

แนวโน้มพฤติกรรม การเข้าร่วมโครงการ หมายถึง บุคคลที่ได้รับความรู้และปฏิบัติตามคำแนะนำ และเพิ่มการกระทำที่ช่วยลดภาวะโลกร้อน และเข้าทำกิจกรรมในโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ คือ ลดการใช้ไฟฟ้า เปลี่ยนหลอดไส้เป็นหลอดตะเกียบ ตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศที่ 25 องศาเซลเซียส ถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิดหลังการใช้งาน ปลุกต้นไม้ยืนต้น

ต้น แยก ลดปริมาณขยะ ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก หลีกเลี่ยงการใช้รถยนต์ ดับเครื่องยนต์เมื่อจอด รถนาน บริโภคของที่ผลิตในประเทศ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีความแตกต่างทางด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่เคยรับทราบโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ

สื่อที่ใช้ในการรณรงค์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารไปยังประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ซึ่งมี โทรทัศน์ วารสารสำนักสิ่งแวดล้อม โปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นวางแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เมื่อเติมน้ำมัน บอร์ดนิทรรศการ เว็บไซต์ www.bmg.go.th ป้ายประกาศ พนักงานของกรุงเทพมหานคร ต้นไม้ เสือยัดโครงการถุงผ้า Drop off รับบริจาคขยะรีไซเคิล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจากกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์โครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ
2. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ
3. ทำให้ทราบแนวโน้มพฤติกรรมกรเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผน การปรับปรุงพัฒนารูปแบบ การดำเนินงานขององค์กรต่อไปในอนาคต
5. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ แนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับโครงการ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาในอนาคต